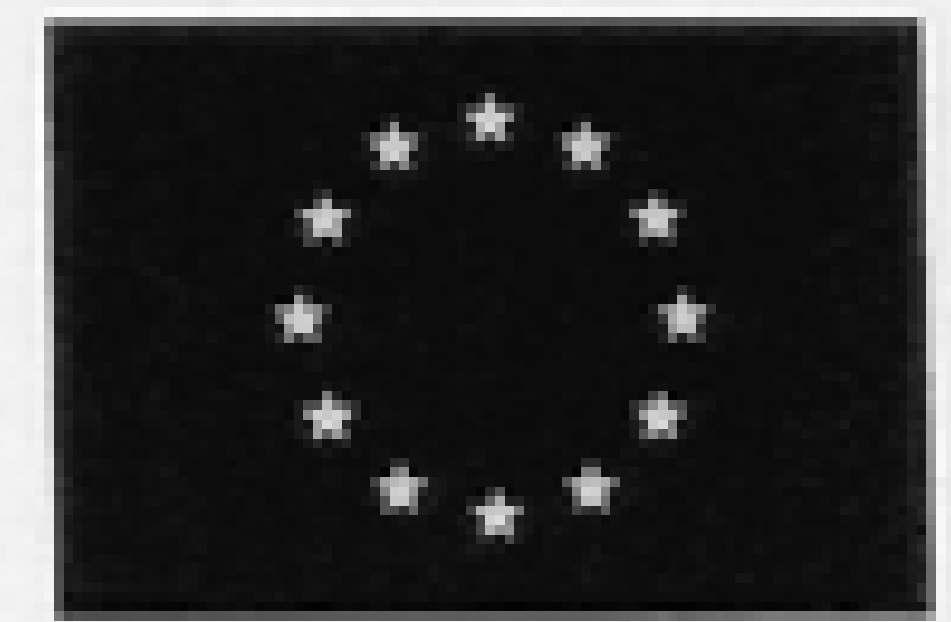




GUATEMALA

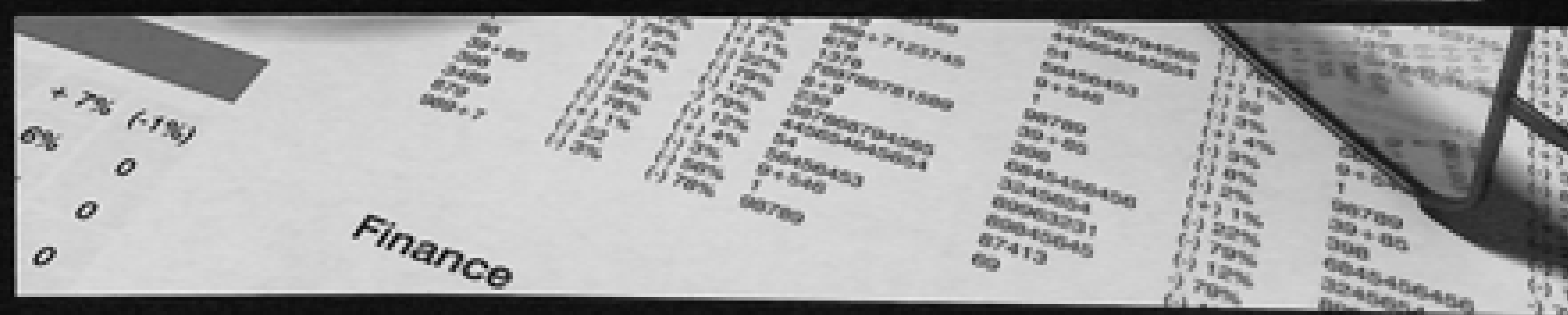
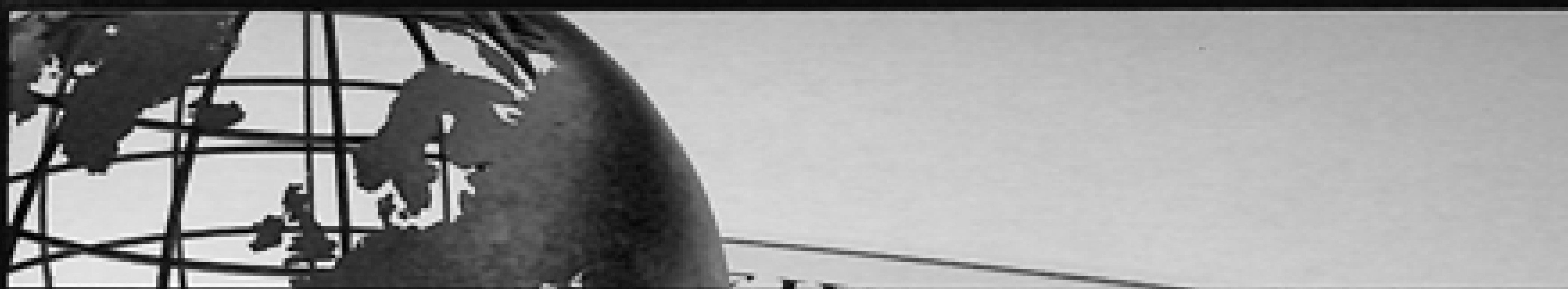
FOGUAMI
FORTALECIMIENTO DE LA POSICIÓN DE GUATEMALA
EN LOS MERCADOS INTERNACIONALES



UNIÓN EUROPEA

Articulación del Comercio Exterior e Inversiones
de Guatemala

DIAGNÓSTICO DE COMERCIO EXTERIOR E INVERSIONES



DL)
11

SE PROHIBE
Subrayar y/o marginar este libro,
en caso de devolverlo subrayado,
SE COBRARA SU VALOR

Título: **Diagnóstico de Comercio Exterior e Inversiones**
Articulación del Comercio Exterior e Inversiones de Guatemala

Autor: Consorcio de Empresas ADEuropa, PROINTEC, Congenia y Sequa

La presente publicación ha sido elaborada con la asistencia de la Unión Europea. El contenido de la presente publicación es responsabilidad exclusiva del consorcio de empresas ADEuropa, PROINTEC, Congenia y Sequa, bajo el contrato (32) 01-2009/SER/LIR/UE y en ningún caso debe considerarse que refleja los puntos de vista de la Unión Europea, el Ministerio de Economía de Guatemala o el Proyecto FOGUAMI.

ISBN No. 978-9929-40-168-6

No está permitida la reproducción total o parcial de este documento, ni su tratamiento informático ni la transmisión de ninguna forma o por cualquier medio, ya sea electrónica, mecánica, por fotocopia, por registro y otros métodos. La autorización previa y por escrito del MINECO o la Delegación de la Unión Europea en Guatemala.

Presentación

Proyecto FOGUAMI

El Proyecto FOGUAMI de cooperación para el desarrollo económico de Guatemala ejecuta el Convenio de Financiación suscrito en diciembre de 2006, por la Comisión de Comunidades Europeas, en representación de la Unión Europea y por el Ministerio de Economía (MINECO) en representación del Gobierno de la República de Guatemala. Dicho convenio establece las aportaciones financieras, las condiciones particulares y generales, y las disposiciones técnicas y administrativas de este Proyecto que busca fortalecer las capacidades institucionales del MINECO para mejorar la inserción y el posicionamiento del país en los mercados internacionales. En este ámbito, FOGUAMI se encuentra actualmente en la fase de cierre, por lo que la Unidad de Gestión del Proyecto tiene hoy el gusto de presentar a usted siete publicaciones realizadas con nuestro apoyo.

FOGUAMI ha contribuido, mediante la contratación de servicios y/o de suministro de equipos (informáticos, de laboratorio y mobiliario), al fortalecimiento de las capacidades institucionales, principalmente, del Ministerio de Economía en la promoción, fomento y facilitación del comercio exterior de Guatemala. En este contexto, las publicaciones que se presentan en este compendio, abordan temáticas muy diversas, las que tienen el valor de proveer análisis comparativos, identificar potencialidades exportadoras; diseñar propuestas de fortalecimiento institucional, entre otros, y cuya lista presentamos a continuación.

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE GUATEMALA
10.00

Índice

I. INTRODUCCIÓN	9
I. METODOLOGÍA	11
II. COMERCIO EXTERIOR	13
ANTECEDENTES	13
1. ANÁLISIS DE LAS EXPORTACIONES Y SU DINÁMICA	15
a. Análisis de Sectores y Subsectores	15
b. Identificación de Sectores y Subsectores con Mayor Potencial	16
2. ANÁLISIS DE LAS IMPORTACIONES Y SU DINÁMICA	19
Antecedentes	19
a. Principales Países Proveedores para Guatemala	20
b. Dinámica Importadora y Vinculación a la Cadena Productiva	21
c. La Balanza Comercial	22
3. ANÁLISIS DE MERCADOS DE EXPORTACION	25
a. Análisis de Mercados Importadores	25
b. Identificación de los Mercados Potenciales de Exportación	26
c. Posición de Guatemala en el Mercado	28
4. ANÁLISIS SECTOR - MERCADO	31
a. Mercado de Estados Unidos	33
b. Mercado de México	34
c. Mercado de la Unión Europea	35
d. Mercado de Centro América	36
e. Mercado de República Dominicana	37
f. Mercado de Panamá	38
g. Mercado de Perú	39
h. Mercado de Colombia	40
5. ANÁLISIS DE LA BRECHA ENTRE LA OFERTA Y DEMANDA DE SERVICIOS	43
Antecedentes	43
a. Información Comercial	44
b. Capacitación	45
c. Asistencia Técnica	46
d. Promoción Internacional	48
e. Servicios Financieros	49

III. PROMOCIÓN DE INVERSIONES	53
ANTECEDENTES	53
1. ANÁLISIS DE PROMOCIÓN DE INVERSIONES POR SECTOR Y SUB-SECTOR	55
a. Agroindustria	57
b. Manufacturas	59
c. Servicios	61
d. Energía y Minas	62
e. Infraestructura	63
f. Turismo	64
2. MERCADOS PRIORITARIOS PARA LA ATRACCIÓN DE IED SEGÚN SU POTENCIAL	65
3. PAÍSES CON POTENCIAL PARA LA ATRACCIÓN DE IED A GUATEMALA: NIVEL ALTO	69
a. ESTADOS UNIDOS DE AMERICA	69
b. MÉXICO	70
c. ESPAÑA	72
d. COLOMBIA	73
4. PAÍSES CON POTENCIAL PARA LA ATRACCIÓN DE IED A GUATEMALA: NIVEL MEDIO ALTO	75
a. CANADÁ	75
b. PANAMÁ	76
c. CHINA	76
d. INDIA	77
e. FRANCIA	78
f. ITALIA	78
g. ALEMANIA	79
h. PAISES BAJOS	80
i. PERÚ	81
5. PAÍSES CON POTENCIAL PARA LA ATRACCIÓN DE IED A GUATEMALA: NIVEL REACTIVO - PASIVO	83
a. CENTROAMÉRICA Y BELICE	83
b. REPÚBLICA DOMINICANA	84
6. CONCLUSIONES SECTOR-MERCADO	85
a. AGROINDUSTRIA	85
b. MANUFACTURAS	86
c. CONTACT CENTERS Y BPO	88
d. TURISMO	88
e. ENERGÍA Y MINAS	89
f. INFRAESTRUCTURA	90
7. CONCLUSIONES DE LA BRECHA DE OFERTA Y DEMANDA DE SERVICIOS PARA LA ATRACCIÓN DE INVERSIONES	93

a. Brechas detectadas acceso a información para procesarla y transformarla en inteligencia de mercados	93
b. Brechas Servicios de Acompañamiento	93
c. Brechas de Servicios de Incentivos: Acceso a Apoyo ¿Qué me da el País?	94
d. Brechas de Servicios de Circuito Financiero	94
IV. MARCO LEGAL E INSTITUCIONAL	95
INTRODUCCIÓN	95
1. DESCRIPCIÓN GENERAL DEL MARCO LEGAL	97
a. Constitución	97
b. Leyes Cíviles y Comerciales	97
c. Normativa Centroamericana	101
d. Marco Legal para la Implementación de la Política Comercial	104
2. CONCLUSIONES	109
a. Acciones Legales Prioritarias	109
b. Acciones Legales a Desarrollar a Corto Plazo	110
c. Acciones a tomar a Mediano Plazo	110
3. DIÁLOGO PÚBLICO - PRIVADO	111
a. Interacción Público-Privada	111
b. Objetivo de Diálogo	111
c. Justificación	112
d. Mesa de Acompañamiento	112
4. LEGISLACIÓN CIVIL Y COMERCIAL	115
a. Tratados Bilaterales de Inversión (BIT'S) Vigentes en Guatemala	115
b. Recopilación Legislativo	116
c. Tratados de Libre Comercio Vigentes en Guatemala	137
d. Iniciativas de Ley Relevantes	138

1. INTRODUCCIÓN

1.1. OBJETIVO

1.2. ALCANCE

1.3. METODOLOGÍA

1.4. ESTRUCTURA

2. MARCO LEGAL E INSTITUCIONAL

2.1. DESCRIPCIÓN GENERAL DEL MARCO LEGAL

2.2. DESCRIPCIÓN DEL MARCO INSTITUCIONAL

2.3. MARCO LEGAL PARA LA INVERSIÓN

2.4. MARCO LEGAL PARA EL COMERCIO EXTERIOR

2.5. MARCO LEGAL PARA LA PROTECCIÓN DE INVERSIÓN

2.6. MARCO LEGAL PARA LA REGULACIÓN DE LA ACTIVIDAD EMPRESARIAL

2.7. MARCO LEGAL PARA LA REGULACIÓN DE LA ACTIVIDAD LABORAL

2.8. MARCO LEGAL PARA LA REGULACIÓN DE LA ACTIVIDAD FISCAL

2.9. MARCO LEGAL PARA LA REGULACIÓN DE LA ACTIVIDAD DE LOS SERVICIOS FINANCIEROS

2.10. MARCO LEGAL PARA LA REGULACIÓN DE LA ACTIVIDAD DE LOS SERVICIOS DE SEGUROS

2.11. MARCO LEGAL PARA LA REGULACIÓN DE LA ACTIVIDAD DE LOS SERVICIOS DE TRANSPORTES

2.12. MARCO LEGAL PARA LA REGULACIÓN DE LA ACTIVIDAD DE LOS SERVICIOS DE ALBERGUE

2.13. MARCO LEGAL PARA LA REGULACIÓN DE LA ACTIVIDAD DE LOS SERVICIOS DE COMERCIO EXTERIOR

2.14. MARCO LEGAL PARA LA REGULACIÓN DE LA ACTIVIDAD DE LOS SERVICIOS DE INVERSIÓN

2.15. MARCO LEGAL PARA LA REGULACIÓN DE LA ACTIVIDAD DE LOS SERVICIOS DE INGENIERÍA

2.16. MARCO LEGAL PARA LA REGULACIÓN DE LA ACTIVIDAD DE LOS SERVICIOS DE ARQUITECTURA

2.17. MARCO LEGAL PARA LA REGULACIÓN DE LA ACTIVIDAD DE LOS SERVICIOS DE DISEÑO

2.18. MARCO LEGAL PARA LA REGULACIÓN DE LA ACTIVIDAD DE LOS SERVICIOS DE ASesorÍA

2.19. MARCO LEGAL PARA LA REGULACIÓN DE LA ACTIVIDAD DE LOS SERVICIOS DE MARKETING

2.20. MARCO LEGAL PARA LA REGULACIÓN DE LA ACTIVIDAD DE LOS SERVICIOS DE RELACIONES PÚBLICAS

2.21. MARCO LEGAL PARA LA REGULACIÓN DE LA ACTIVIDAD DE LOS SERVICIOS DE COMUNICACIÓN

2.22. MARCO LEGAL PARA LA REGULACIÓN DE LA ACTIVIDAD DE LOS SERVICIOS DE TI

2.23. MARCO LEGAL PARA LA REGULACIÓN DE LA ACTIVIDAD DE LOS SERVICIOS DE CONSULTORÍA

2.24. MARCO LEGAL PARA LA REGULACIÓN DE LA ACTIVIDAD DE LOS SERVICIOS DE INVESTIGACIÓN

2.25. MARCO LEGAL PARA LA REGULACIÓN DE LA ACTIVIDAD DE LOS SERVICIOS DE ANÁLISIS

El presente diagnóstico tiene como objetivo principal analizar el marco legal e institucional que regula el comercio exterior e inversiones en Colombia, con el fin de identificar las oportunidades y desafíos que enfrenta el país en este sector. El estudio se basa en un análisis exhaustivo de la legislación vigente y en la consulta a expertos en el tema.

MARCO LEGAL E INSTITUCIONAL

PRODUCCIÓN

DESCRIPCIÓN GENERAL DEL MARCO LEGAL

CONCLUSIONES

CONCLUSIONES

DIAGNÓSTICO PÚBLICO-PRIVADO

REGULACIÓN DEL Y COMERCIO

1. INTRODUCCIÓN

1.1. OBJETIVO

1.2. ALCANCE

1.3. METODOLOGÍA

1.4. ESTRUCTURA

2. MARCO LEGAL E INSTITUCIONAL

2.1. DESCRIPCIÓN GENERAL DEL MARCO LEGAL

2.2. DESCRIPCIÓN DEL MARCO INSTITUCIONAL

2.3. MARCO LEGAL PARA LA INVERSIÓN

2.4. MARCO LEGAL PARA EL COMERCIO EXTERIOR

2.5. MARCO LEGAL PARA LA PROTECCIÓN DE INVERSIÓN

2.6. MARCO LEGAL PARA LA REGULACIÓN DE LA ACTIVIDAD EMPRESARIAL

2.7. MARCO LEGAL PARA LA REGULACIÓN DE LA ACTIVIDAD LABORAL

2.8. MARCO LEGAL PARA LA REGULACIÓN DE LA ACTIVIDAD FISCAL

2.9. MARCO LEGAL PARA LA REGULACIÓN DE LA ACTIVIDAD DE LOS SERVICIOS FINANCIEROS

2.10. MARCO LEGAL PARA LA REGULACIÓN DE LA ACTIVIDAD DE LOS SERVICIOS DE SEGUROS

2.11. MARCO LEGAL PARA LA REGULACIÓN DE LA ACTIVIDAD DE LOS SERVICIOS DE TRANSPORTES

2.12. MARCO LEGAL PARA LA REGULACIÓN DE LA ACTIVIDAD DE LOS SERVICIOS DE ALBERGUE

2.13. MARCO LEGAL PARA LA REGULACIÓN DE LA ACTIVIDAD DE LOS SERVICIOS DE COMERCIO EXTERIOR

2.14. MARCO LEGAL PARA LA REGULACIÓN DE LA ACTIVIDAD DE LOS SERVICIOS DE INVERSIÓN

2.15. MARCO LEGAL PARA LA REGULACIÓN DE LA ACTIVIDAD DE LOS SERVICIOS DE INGENIERÍA

2.16. MARCO LEGAL PARA LA REGULACIÓN DE LA ACTIVIDAD DE LOS SERVICIOS DE ARQUITECTURA

2.17. MARCO LEGAL PARA LA REGULACIÓN DE LA ACTIVIDAD DE LOS SERVICIOS DE DISEÑO

2.18. MARCO LEGAL PARA LA REGULACIÓN DE LA ACTIVIDAD DE LOS SERVICIOS DE ASesorÍA

2.19. MARCO LEGAL PARA LA REGULACIÓN DE LA ACTIVIDAD DE LOS SERVICIOS DE MARKETING

2.20. MARCO LEGAL PARA LA REGULACIÓN DE LA ACTIVIDAD DE LOS SERVICIOS DE RELACIONES PÚBLICAS

2.21. MARCO LEGAL PARA LA REGULACIÓN DE LA ACTIVIDAD DE LOS SERVICIOS DE COMUNICACIÓN

2.22. MARCO LEGAL PARA LA REGULACIÓN DE LA ACTIVIDAD DE LOS SERVICIOS DE TI

2.23. MARCO LEGAL PARA LA REGULACIÓN DE LA ACTIVIDAD DE LOS SERVICIOS DE CONSULTORÍA

2.24. MARCO LEGAL PARA LA REGULACIÓN DE LA ACTIVIDAD DE LOS SERVICIOS DE INVESTIGACIÓN

2.25. MARCO LEGAL PARA LA REGULACIÓN DE LA ACTIVIDAD DE LOS SERVICIOS DE ANÁLISIS

Introducción:

Guatemala se encuentra ante grandes retos y oportunidades en materia económica, luego de una Crisis Económica como la vivida entre el 2008 y 2009. Durante el 2010 el país vivió una recuperación pausada sobre todo en su Comercio Exterior y Atracción de Inversiones, un sector de la economía que a cambiado sustancialmente a nivel mundial por lo que exige cambio de estrategias y de trabajo por parte de los empresarios y una actualización en la administración de la Política de Comercio Exterior por parte del sector público.

Para el proyecto de Fortalecimiento del Posicionamiento de Guatemala en los Mercados Internacionales FOGUAMI – desea llevar a sus manos este diagnóstico general del Comercio Exterior e Inversiones como un instrumento de consulta y apoyo en materia de la situación de nuestro país en la temática. Este documento realizado por el consorcio de empresas ADEuropa, PROINTEC, Congenia y Sequa tiene como propósito ser una herramienta de trabajo para los tomadores de decisión públicos y privados, y empresarios en general referente a la actualización de la Política Nacional del Comercio Exterior, que contribuya a generar y construir una visión compartida de los actores.

El presente texto es un trabajo que ha sistematizado toda la información que los consultores a cargo de la investigación del consorcio de empresas mencionadas realizaron durante el primer semestre del año 2010 y presentado en el mes de noviembre del mismo año. Este contiene una aproximación concisa a la situación del Comercio Exterior de Guatemala, analizando las exportaciones, sus importaciones y la dinámica demostrada, priorizando el análisis de los últimos años. Así mismo contiene un examen de los mercados internacionales y la posición de Guatemala en ellos, así como un análisis detallado por país de interés para Guatemala según nuestra balanza comercial y el resultado de nuestras intenciones de negociación comercial.

Un aporte importante en este documento es la inclusión de un investigación realizada sobre la “brecha” o diferencia que existe entre la oferta de los servicios que se prestan para la promoción y apoyo al comercio exterior y la demanda de los mismos, información que nos permitirá conocer las oportunidades del mercado de servicios para la promoción del comercio exterior, parte de los Servicios de Desarrollo Empresarial en Guatemala.

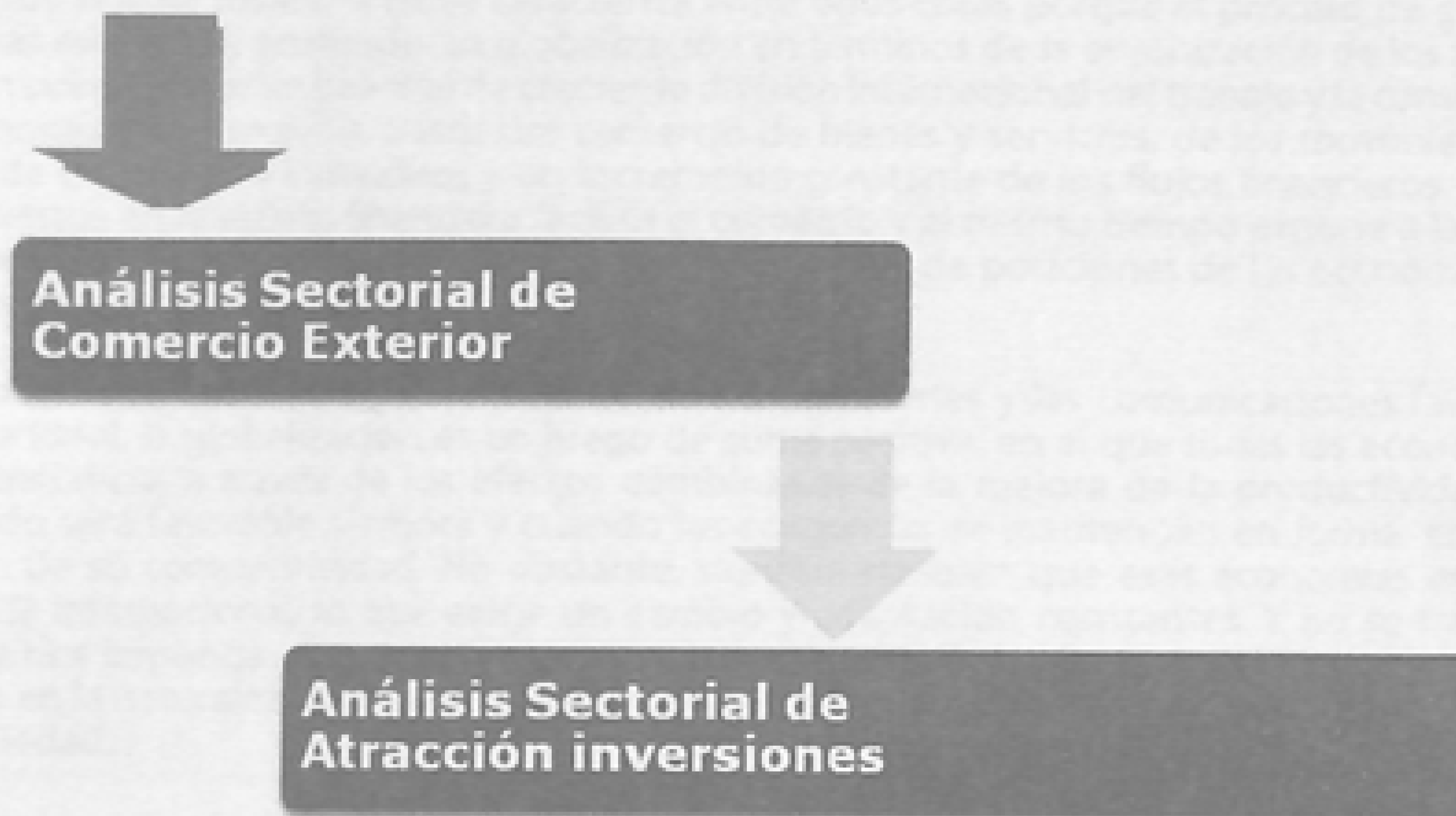
Como un pilar importante dentro de nuestro comercio internacional el documento aborda de igual manera la promoción de las Inversiones, especialmente la inversión productiva. Este texto presenta una metodología interesante para evaluar a nuestros países socios inversionistas haciendo un análisis de los sectores y sub-sectores con mayor potencial en Guatemala para la inversión extranjera directa (IED). También se cubre un

análisis de los mercados prioritarios para la atracción de IED según su potencial, estableciendo países socio de nivel alto, de nivel medio alto, y los países reactivos.

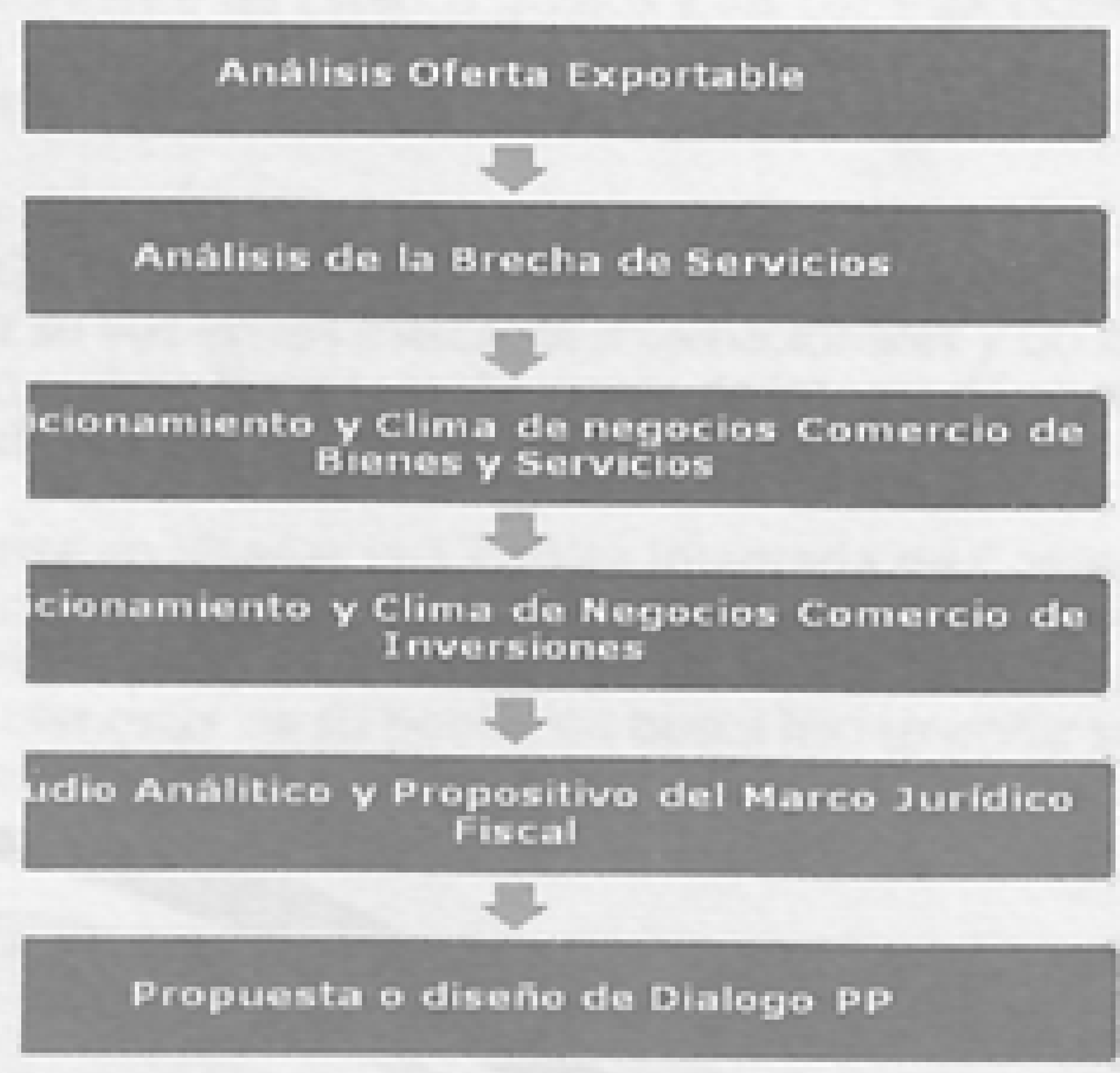
Adicionalmente, el título nos ofrece un punto el cual se ha considerado desde el proyecto FOGUAMI que no debe desatenderse a la ligera, que son los marcos legales e institucionales de Guatemala. El documento aborda de manera concisa una descripción del marco legal enfatizando en la legislación civil y comercial de Guatemala en materia de comercio internacional. También se aborda la interacción que existe entre los actores públicos y privados y la necesidad de que en un marco establecidos estos logren entablar un dialogo encaminado al mejoramiento de los lineamientos de la política comercial del país.

De parte del Ministerio de Economía de Guatemala y la Unión Europea a través del proyecto FOGUAMI, esperamos que la información que a continuación se presenta sea de interés para todos y de utilidad para sus fines.

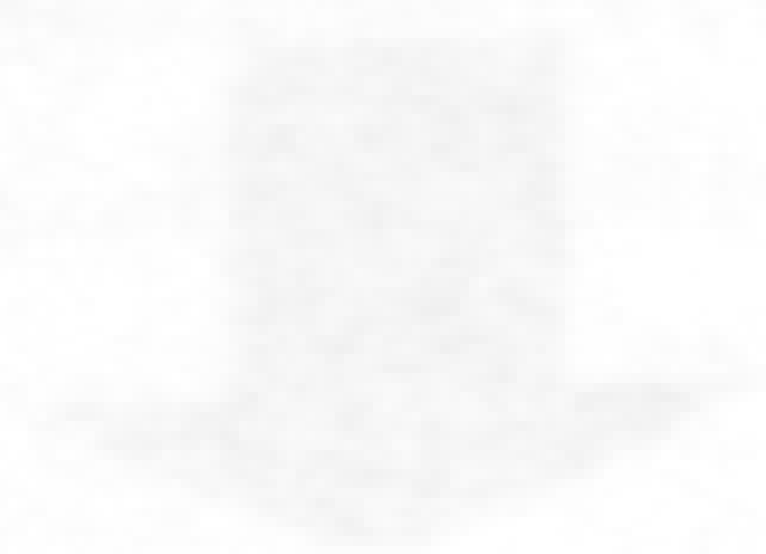
I. Metodología



Para la realización del presente estudio se utilizó una metodología de análisis que incluye investigación documental, análisis estadístico, revisión de tendencias y entrevistas personales con los actores públicos y privados. Este esquema de trabajo tiene como objetivo conocer y caracterizar a nivel sectorial, la oferta exportable de Guatemala y a partir de ese análisis y diagnóstico contar con los elementos del análisis sectorial que requiere la formulación de la Política Integrada de Comercio exterior y atracción de la Inversión Extranjera. El siguiente análisis se materializa en el siguiente diagrama:



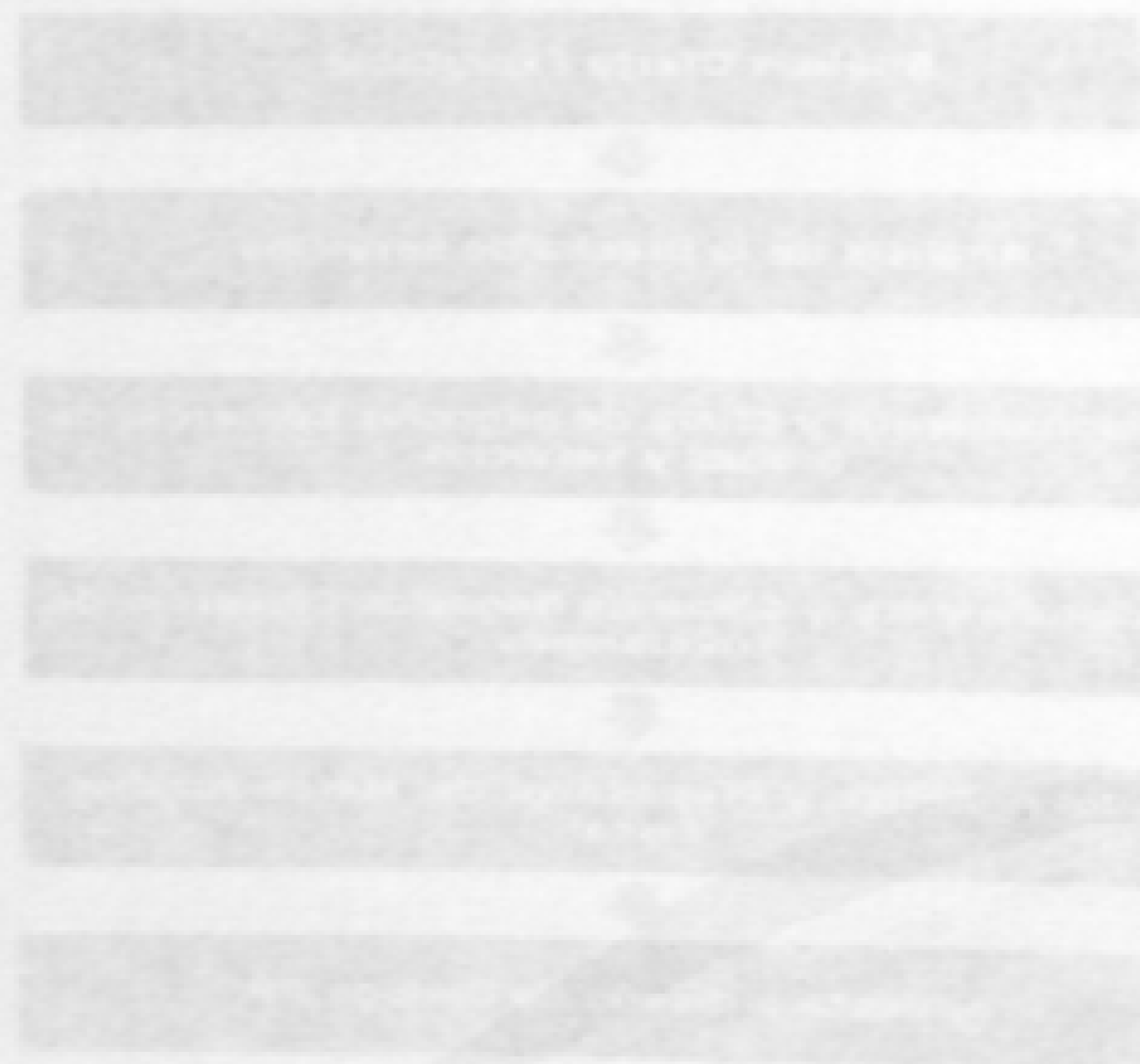
Metodología



Análisis Sectorial de Comercio Exterior

Análisis Sectorial de Atracción Inversiones

La metodología del presente estudio se basó en la metodología de análisis del sector investigador, donde se realizó un análisis preliminar de tendencias y entrevistas personales con los actores clave del sector de turismo para determinar el nivel sectorial de análisis. El estudio se realizó en el contexto de la política integral de Comercio Exterior y Atracción de Inversión Extranjera, con el objetivo de determinar el nivel sectorial de análisis.



II. Comercio Exterior ¹

Antecedentes

El mundo que nos ha tocado vivir, se caracteriza entre otras cosas porque el proceso de globalización se hace cada día más evidente y profundo. La globalización en términos de la organización de los factores productivos significa, en primer lugar un proceso de creciente división internacional del trabajo y la consiguiente integración de las economías nacionales a través del comercio de bienes y servicios, de los movimientos de la inversión extranjera de empresas e individuos y un incremento constante de los flujos financieros. Este crecimiento de los movimientos en la esfera, financiera facilita el comercio y al mismo tiempo expone a las economías menos fuertes a los constantes choques que desencadenan la toma de posiciones de las economías más fuertes y de sus agentes económicos y financieros.

El progreso técnico, sobre todo, en el ámbito de los transportes y las comunicaciones favorece este proceso. En su forma ideal, la globalización es un juego de suma positiva, en el que todas las economías se benefician, en última instancia, a través de los efectos combinados de la mejora de la productividad y el crecimiento. Ese resultado será favorable siempre y cuando las economías se mantengan en forma, es decir en constante incremento de su competitividad. No obstante, significa también que esas economías enfrentan una mayor competencia internacional, lo que exige un cambio y adaptación constantes. Y no se trata simplemente de algo que se nos imponga, sino que es también consecuencia de las fuerzas del cambio que tan arraigadas se encuentran en la naturaleza humana: la única constante es el cambio, tal como lo indicó alguno de los filósofos de la antigüedad.

Este es el marco económico global en el cual un país comprometido con el proceso de globalización como Guatemala decide enfrentar ese reto a través de fortalecer los mecanismos e instrumentos de política económica.

El incremento de la competitividad en sus diferentes órdenes: a nivel de la empresa, de los sectores e industrias y de las propias economías nacionales pasa por el tema de la adecuación de los marcos institucionales y de política al interior de cada país.

La creciente interdependencia que se deriva del proceso globalizador, requiere, como mínimo, que cada país tenga más en cuenta las consecuencias que sus acciones tendrán para los demás. Debemos reconocer que muchos problemas ya no se pueden resolver sin cooperación multilateral. Sirva como ejemplo la alarmante evolución del déficit en cuenta corriente de Estados Unidos y los correspondientes superávits, principalmente en Asia. La corrección ordenada de estos desequilibrios, que ponen en riesgo el crecimiento sostenido de la economía mundial, exige una estrategia de cooperación entre todas las áreas económicas más importantes.

Ese es el contexto en el cual se enmarca un proyecto como el que aquí se expone: por un lado el proceso de globalización; un país como Guatemala comprometido en su esfuerzo por fortalecer su participación en la esfera internacional haciendo oír su voz en los mercados internacionales y un bloque regional como la Unión Europea dispuesta a colaborar en aras de fortalecer el proceso de integración centroamericana y apoyar dentro de ello los esfuerzos de Guatemala por fortalecer su competitividad.

En ese sentido el proyecto consiste en diseñar una Política Integrada de Comercio exterior y de Atracción de Inversión Extranjera que fortalezca el marco institucional tanto desde el punto de vista de la Política Económica como desde el punto de vista jurídico y legal, dando transparencia, certeza y permanencia a la visión de un país que para mejorar los niveles de bienestar de su población busca incrementar su participación en el comercio internacional, incrementando el número de empresas exportadoras, el valor agregado de sus bienes y servicios

¹ Este Capítulo corresponde a los Entregables 1, 2 y 3 del Plan de Trabajo para la FASE II.

y diversificando sus mercados y productos. Adicionalmente hacer crecer la plataforma productiva mediante la participación con reglas claras, de la inversión externa como un complemento a las inversiones generadas dentro del propio país que esté integrada con el fomento de las exportaciones.

La Metodología de análisis utilizada incluyó los siguientes elementos: investigación documental, análisis estadístico, revisión de tendencias y entrevistas personales con los actores públicos y privados. Este esquema de trabajo tuvo como objetivo conocer y caracterizar a nivel sectorial, la oferta exportable de Guatemala y a partir de ese análisis y diagnóstico contar con los elementos que sirvan de apoyo para la formulación de una Política Integrada de Comercio Exterior y Atracción de la Inversión Extranjera para Guatemala.

Como parte del Análisis de las Exportaciones se elaboraron 31 Fichas Técnicas de Sector y/o Subsector, con un análisis global de la situación del producto estudiado a nivel mundial y aterrizando en la situación de las exportaciones desde Guatemala hacia el mundo. Este análisis incluye el estudio de un total de 53 subpartidas arancelarias, que representan el 80% del total de las exportaciones de Guatemala en 2008².

A la vez, se elaboró un Análisis de las Importaciones, dinámica y su vinculación a las cadenas productivas de Guatemala. Este incluyó un análisis estadístico y descripción de los principales países proveedores y productos, balanzas comerciales y participaciones de mercado³.

Al mismo tiempo se realizó un Análisis de Mercados una selección de aquellos países a los que Guatemala reportó durante el año 2008 valores fuertes de exportación⁴.

Posteriormente se analizó la oferta exportable que se envía al resto de países y se evaluaron los principales productos exportados a cada mercado. Con ello se detectaron mercados como el japonés que es el mercado número 9, donde casi el 90% de las exportaciones de Guatemala a ese mercado corresponden a café, o bien, para el caso de Chile, donde el 85% es de azúcar o Arabia Saudita donde el 99% corresponde a cardamomo.

El análisis permite descartar algunos mercados, y al añadir otros criterios, como cercanía geográfica, productos con alto potencial exportable que se destinan a estos países y existencia de acuerdos comerciales suscritos con los mismos, fueron seleccionados 14 mercados con potencial para Guatemala. Se debe notar que los países de Centro América son presentados y analizados como un bloque y Belice fue añadido por su cercanía geográfica con este grupo de mercados.

En el 2008, estos 14 países reunieron el 88% del total de las exportaciones del país. Se elaboraron Fichas Técnicas de Mercado para cada uno de estos países donde se resume el conjunto de diferentes indicadores permitiendo una comparación para definir fortalezas y oportunidades respectivamente.

En base a la información obtenida se realizó un análisis y descripción de los elementos e indicadores revelados que reflejan las tendencias de los países o mercados, sus posicionamientos globales, las participaciones de mercados de importación y exportación global y con Guatemala, la fuerza competidora de Guatemala en el mercado analizado y otros aspectos como las similitudes en cultura e idioma y posición geográfica.

Finalmente se realizaron una serie de matrices sector-mercado que identifican los niveles de importancia de los sectores en cada uno de los mercados identificados con alto potencial y nivel competitivo para Guatemala.

² Las 31 Fichas Técnicas de Sector y Subsectores puede ser consultadas en el Documento identificado como Fase II, Anexo 1, Análisis Sectorial de Comercio Exterior.

³ El Análisis de las Importaciones puede ser consultado en el Documento identificado como Fase II, Anexo 1, Análisis de las Importaciones de Guatemala, Dinámica y Vinculación con las Cadenas Productivas del País.

⁴ Las 14 Fichas de Mercados pueden ser consultadas en el Documento identificado como Fase II, Anexo 1, Análisis Sectorial del Comercio Exterior.

1. Análisis de las exportaciones y su dinámica

Con el fin de lograr una alta identificación y nivel de detalle de las exportaciones del país, se procedió con la elaboración de una serie de análisis de sectores y subsectores. Se determinaron primeramente los principales productos que representarán no menos del 80% de las exportaciones de Guatemala, utilizando la fuente la Base de Datos de Estadísticas de Comercio de Naciones Unidas (COMTRADE) y analizándose 28 de 99 capítulos arancelarios que reporta el Sistema Armonizado Centroamericano (SAC). Este análisis proporcionó información que fue concentrada en 31 fichas sectoriales, incluyendo el estudio de un total de 53 productos. El periodo en análisis fue del año 2002 al 2008.

Algunas categorías de productos fueron analizadas como capítulos completos, pues su monto de exportación era considerable y no tenían un producto líder que representara más del 60% de las exportaciones totales del capítulo. En otros casos se partió del análisis general del capítulo para aterrizar en el comportamiento de las exportaciones de productos específicos que representan un potencial de importancia. En una tercera modalidad, se analizaron sub partidas arancelarias a 4, 6 y hasta 8 dígitos, buscándose un mayor nivel de especificación.

En diversas ocasiones fue necesario cruzar las fuentes bibliográficas de COMTRADE con las del Banco de Guatemala (BANGUAT), pues las primeras regularmente no coincidían con BANGUAT en los años 2002, 2003 y 2004, y casi en ningún caso coincidían en el 2006. Esto demoró el proceso, sin embargo se buscaron los datos y fuentes de información que reflejaran con un mayor nivel de exactitud, las tendencias de las exportaciones.

a. Análisis de Sectores y Subsectores

Para la elaboración de los análisis de sectores y subsectores, se partió de un análisis global del producto estudiado de su condición a nivel mundial y posteriormente de las exportaciones de Guatemala hacia el mundo. Cada una de las 31 Fichas Técnicas contiene las siguientes secciones analizadas con detalle y profundidad, incluyendo gráficas, tablas, diagramas y descripciones entre otros.

DATOS GENERALES: Información general sobre el sector, producto(s), capítulo, partidas arancelarias, zonas de producción, número de empresas exportadoras y el número de empleos generados.

PANORAMA MUNDIAL: Análisis sobre los cinco principales países importadores y exportadores del producto analizado en el año 2008 en USD, con el estudio de sus principales proveedores y la situación de Guatemala en este contexto mundial.

COMERCIO EXTERIOR DE GUATEMALA:

BALANZA COMERCIAL: Análisis de los años 2002, 2005 y 2008 del comportamiento de las exportaciones e importaciones de Guatemala en USD del producto analizado.

EXPORTACIONES TOTALES: Análisis por año desde el 2002 hasta el 2008 del comportamiento de las exportaciones de Guatemala en USD para la categoría de producto en análisis.

PRINCIPALES MERCADOS DE EXPORTACIÓN: Análisis de los principales mercados de exportación de la categoría de productos analizada en los años 2002, 2005 y 2008, permitiendo evaluar la importancia, distribución y tendencias de las exportaciones por mercado.

APROVECHAMIENTO DE LOS ACUERDOS COMERCIALES: Elaboración de tablas de análisis que cruzan los datos de los acuerdos comerciales que Guatemala tiene suscritos con mercados exteriores (Estados Unidos, México, Panamá, República Dominicana, Colombia, Taiwán y Cuba), incluyéndose Unión Europea (SGP+) y Centro América. Se analizaron los montos de importación y exportación para los años 2002, 2005 y 2008 que Guatemala ha comercializado con esos mercados, publicando los aranceles de importación concedidos a Guatemala para su ingreso a esos territorios.

CANALES DE COMERCIALIZACIÓN: Se describieron los principales canales de comercialización regularmente utilizados por los productos en análisis. Se identifican los principales actores en la cadena y se describen los roles que cada actor juega dentro de la cadena. A la vez, se describe el nivel de riesgo que toma el exportador y el grado de presencia que tiene utilizando cada uno de los posibles canales. Se incluyó un diagrama del flujo que describe los diferentes canales de comercialización.

CADENA LOGÍSTICA: Se describe la cadena logística que el producto utiliza para llegar al mercado. Principalmente sus métodos de transporte terrestre, marítimo y/o aéreo, puertos de destino y entrada, y métodos de distribución. Se hace una reseña del tipo de manejo, empaque y equipo que los productos utilizan para ser trasladados. La fuente de la información tuvo como base entrevistas y consultas personalizadas realizadas con exportadores de la categoría y conocimiento del Consultor.

AREAS DE DESARROLLO: En el caso de los productos agrícolas, se incluyó mapa geográfico del país señalando las áreas apropiadas para el desarrollo de los cultivos de los productos en análisis.

BRECHA DE SERVICIOS: Sección enfocada a identificar la brecha de servicios que existe entre la oferta y la demanda de las estrategias para el incremento de las exportaciones del sector en análisis. Se enfocó en cinco herramientas en materia de servicios al exportador para que las empresas y sectores alcancen un mayor grado de competitividad que le permitan mantener o incrementar su participación en los mercados. Las herramientas analizadas fueron: 1) Información Comercial, 2) Capacitación, 3) Asistencia Técnica, 4) Promoción Internacional y 5) Servicios Financieros.

ANÁLISIS FODA: Los elementos contenidos fueron extraídos de la información estadística, consultas a COMTRADE y BANGUAT, entrevistas, material informativo y promocional y conocimientos del Consultor y Asociados que se revelan en las secciones anteriores. Las fortalezas y debilidades presentan un enfoque interno y las oportunidades y amenazas un enfoque externo. Reflejan la competitividad que el producto revela para mantener o incrementar su participación en el mercado.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES DEL CONSULTOR: Recopila y sintetiza la información plasmada a lo largo de la cada ficha técnica. Resume los puntos relevantes revelados por la estadística recopilada, con énfasis en las exportaciones y sus mercados, nivel de competitividad, presencia, y tendencias sobre número de empresas exportadoras, empleo generado y mercados atendidos. Se hace referencia a aquellos productos que muestran una alta dinámica, potencial y oportunidades para la atracción de IED. La ficha fue compartida con algún experto del sector que la retroalimentó. Son los suministros en la toma de decisiones para el diseño de la propuesta de la política de comercio exterior y atracción de inversiones.

b. Identificación de Sectores y Subsectores con Mayor Potencial

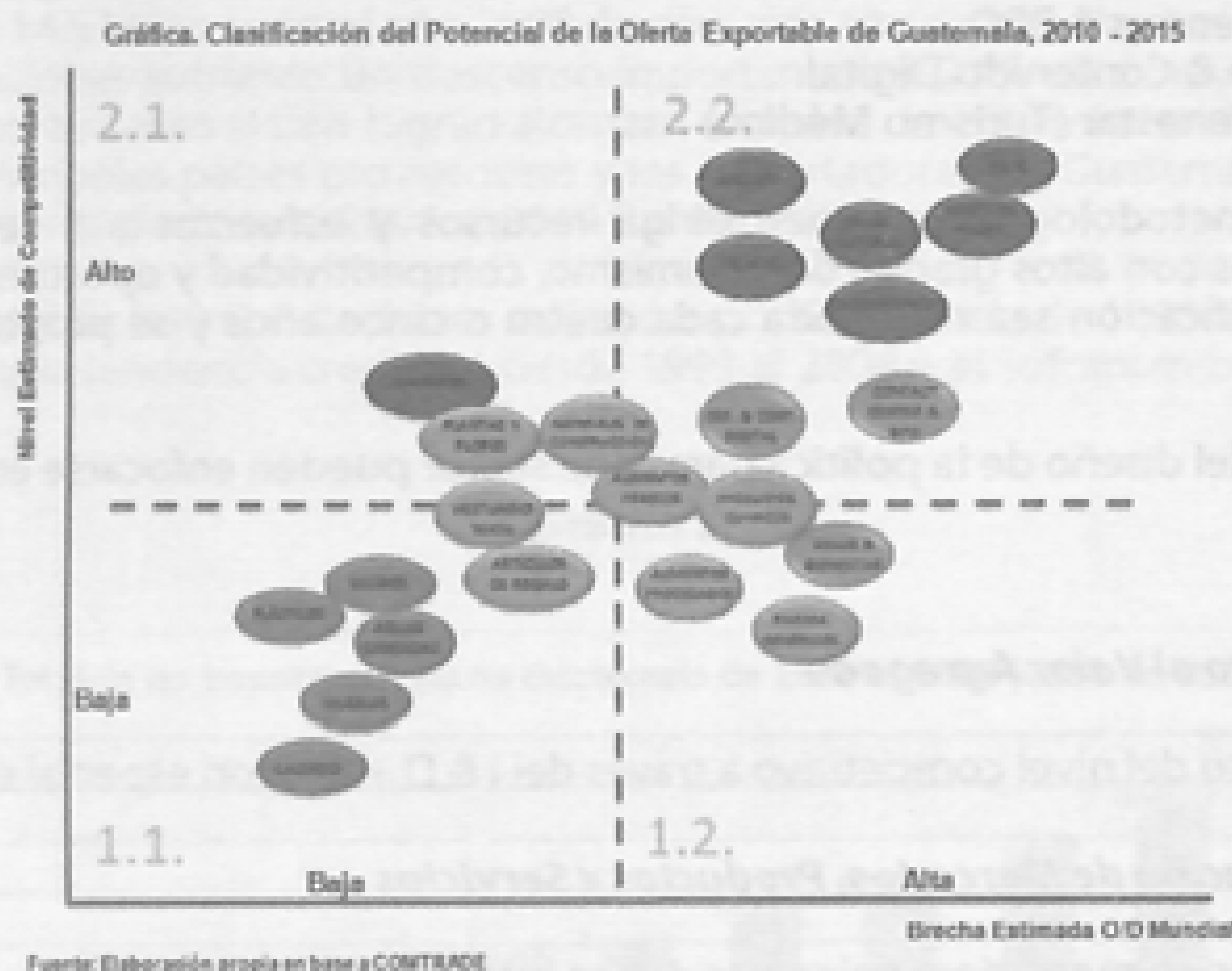
El análisis de los sectores y subsectores continuó a través del uso de la metodología del modelo de la Matriz de Mckinsey utilizando cuatro cuadrantes y considerando la siguientes dos variables:

1. **BRECHA ESTIMADA ENTRE LA OFERTA Y DEMANDA.** Tomando en cuenta los siguientes factores:
 - Por cada sector o subsector identificado
 - A nivel mundial
 - Tendencias de las exportaciones totales de cada sector
 - Experiencia y conocimientos del consultor y colegas
 - Resultados revelados por las Fichas Técnicas

2. **NIVEL ESTIMADO DE COMPETITIVIDAD DE LOS SECTORES.** Tomando en cuenta los siguientes factores:

- Para cada sector de Guatemala identificado
- Dinamismo de las exportaciones
- Dinamismo del número de exportadores
- Dinamismo en el número de mercados atendidos
- Esta metodología apoyó en gran medida a disminuir los niveles de subjetividad en la posición del sector o subsector.

La mecánica generó la clasificación de cuatro grupos, permitiendo identificar aquellos sectores que presentan los mejores niveles de competitividad para Guatemala y demanda a nivel mundial. A la vez, la metodología también permite visualizar las posibles políticas de desarrollo que se pueden sugerir para el mejor desarrollo de cada sector y/o subsector. La clasificación de los grupos se ilustra en la gráfica 1.



Gráfica 1

A través del análisis sector y subsector realizado se identifican 5 sectores y 16 subsectores con mayor potencial de desarrollo y competencia para Guatemala que se segmentan de la siguiente forma:

1. **TRADICIONAL**

- Azúcar (Comestible y Etanol)
- Banano
- Café

2. **AGRICOLA NO TRADICIONAL**

- Hule Natural (Látex y Sólido)
- Aceite de Palma (Consumo humano y biodiesel)
- Plantas Vivas, Flores y Follajes

3. AGROALIMENTARIO

Alimentos Frescos (Frutas y Vegetales)
Alimentos Procesados (Panadería, Galletería y Cereales; Preparaciones de Frutas y Vegetales; Alimentos Preparados y Artículos de Confitería)

4. MANUFACTURAS DIVERSAS

Materiales de Construcción (Piezas de Madera Y Productos de Hierro y Acero)
Químicos (Herbicidas; Pesticidas e Insecticidas)
Farmacéuticos (Genéricos y no genéricos)
Vestuario y Textiles
Artículos de Regalo y Decoración (Artesanías y Muebles de Madera)

5. SERVICIOS

- Contact Centers & BPO
- Desarrollo & Contenido Digital
- Salud & Bienestar (Turismo Médico)

Por ende, el análisis y metodología proponen dirigir recursos y esfuerzos a 5 sectores que incluyen 16 sub-sectores considerados con altos grados de dinamismo, competitividad y oportunidad para Guatemala. Es importante que esta clasificación sea revaluada cada cuatro o cinco años y se propongan nuevos sectores y subsectores.

Se sugiere que las bases del diseño de la política para cada sector pueden enfocarse en cuatro pilares básicos y principales:

i. Política de Incremento al Valor Agregado

Buscarán el incremento del nivel competitivo a través del I & D + i⁵, con especial énfasis en la innovación.

ii. Política de Diversificación de Mercados, Productos y Servicios

Empresas competitivas en mercados regionales deben buscar nuevos mercados y productos.

Inteligencia de mercados y servicios avanzados.

iii. Política de Incremento a la Oferta Exportable

Enfocada en aquellos sectores que tienen una demanda media o alta a nivel mundial y productos de Guatemala presentan un nivel competitivo medio o alto.

iv. Política Reactiva

Los sectores se verán beneficiados en acciones transversales como son:

- a) Apoyo y fortalecimiento a través de los esfuerzos imagen país.
- b) Promoción a la IED en búsqueda de procesos industriales de valor agregado.
- c) Apoyo en las negociaciones y aprovechamientos de TLC's.
- d) Apoyo y fortalecimiento a través de inteligencia de mercados transversal.

⁵ investigación & Desarrollo + innovación.

2. Análisis de las Importaciones y su Dinámica

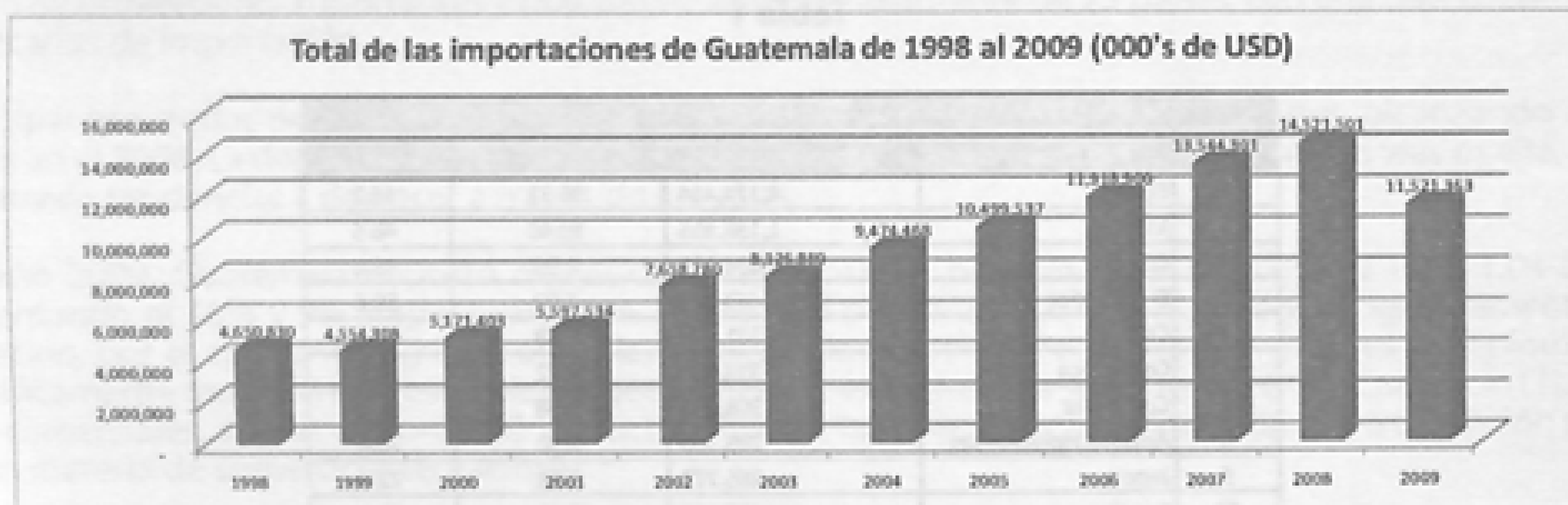
Antecedentes

El análisis de las importaciones es un extracto de los principales elementos del sector importador de Guatemala durante los años comprendidos del 1998 al 2009. Su principal enfoque fue la identificación de los principales proveedores, principales productos, sus dinámicas y vinculación con la cadena productiva para el fortalecimiento de las exportaciones y atracción de Inversión Extranjera Directa (IED).

Desde el año 1999, las importaciones de Guatemala han mantenido una dinámica con tendencia creciente llegando a alcanzar USD 14.5 billones en el año 2008, la cifra más alta reportada durante el periodo en análisis. Para el 2009, las importaciones sufrieron un descenso importante del 21% disminuyendo a USD 11.5 billones. Del 2004 al 2005, las importaciones al país logran alcanzar una tasa de crecimiento del 34%, convirtiéndose en un buen año para los principales países proveedores y los importadores de Guatemala en general. Además, la tasa de crecimiento promedio durante el 2004 al 2009 fue del 9.6% por año.

La gráfica 2 muestra el total de las importaciones realizadas por Guatemala de 1998 al 2009 en miles de dólares americanos, mostrando una tendencia creciente desde 1999 al 2008 y el sufrimiento de una fuerte caída en el 2009.

Gráfica 2



Fuente: Elaboración propia con datos de COMTRADE y BANGUAT

Durante el año 2009, basados en datos de TradeMap⁶ y utilizando la nomenclatura del Sistema Armonizado (Harmonized System), Guatemala presenta los siguientes aranceles promedios de importación:

- Arancel promedio aplicado a todos los productos: 4.35%.
- Arancel promedio aplicado a los productos agrícolas: 9.89%.
- Arancel promedio aplicado a los productos industriales: 3.96%.

De acuerdo al Centro de Comercio Internacional (CCI), en el año 2002, el total de ingresos recolectados por el Estado de Guatemala a través de la importaciones fue de Q2, 263 millones, lo que representó un 11.7% del total de los ingresos del país.

⁶ Base de Datos del Centro de Comercio Internacional utilizando estadísticas de COMTRADE.

El promedio de los aranceles de importación, más altos por sector, aplicados en Guatemala corresponden a las "armas y municiones; partes y accesorios relacionados", siendo este de 15.63% y los más bajos corresponden a "aparatos e instrumentos ópticos, fotográficos, cinematográficos, de medición, de chequeo, de precisión, médicos y quirúrgicos; relojes de mano y pared; instrumentos musicales; partes y accesorios relacionados" siendo este arancel del 0.85%.

a. Principales Países Proveedores para Guatemala

El principal proveedor de bienes para Guatemala es Estados Unidos, alcanzando USD 5.3 billones en el 2008. Durante ese año, el 37% del total de las importaciones del país fue vendido por Estados Unidos. La dependencia comercial de Guatemala ante Estados Unidos, en ambas vías, es relativamente alta, a pesar que ha mostrado tendencias a disminuir a través de los años.

El segundo país proveedor de bienes para Guatemala es México alcanzando en el 2008 USD 1.4 billones, correspondientes al 9.7 % del total de las importaciones. Las estadísticas muestran una diferencia del 27% entre Estados Unidos y México. El tercer lugar, mostrando un crecimiento acelerado es China, quien en el 2008 reportó USD 840 millones, representando el 5.8% del total en el 2008 y pasando a USD un (1) billón en 2009. Su crecimiento ha sido considerable desde el año 2004, cuando reportó solamente USD 147 millones.

En el año 2009, Guatemala importó de México unos USD 1.2 billones y de China unos USD 1.04 billones; casi las mismas sumas representando el 10 % y 9 % del total respectivamente. Guatemala posee un TLC con México y geográficamente es un país vecino, por el contrario a China con quien Guatemala no posee Acuerdos Comerciales ni Diplomáticos y se encuentra a unos 14,000 kilómetros de distancia. Estas estadísticas muestran que la posición geográfica y/o existencia de Tratados de Libre Comercio (TLC) entre socios comerciales, a pesar de constituir un factor positivo, han perdido cierta importancia o condición sine qua non en materia de comercio internacional.

Tabla 1

PRINCIPALES PAISES EXPORTADORES HACIA GUATEMALA, 2009 (USD 000's)				
Rank	País Proveedor	Monto Importado	%	Acum (%)
1	EE.UU.	4,174,414	36.23	36.2
2	México	1,198,655	10.40	46.6
3	China	1,036,251	8.99	55.6
4	El Salvador	463,029	4.02	59.6
5	Corea	331,265	2.88	62.5
6	Costa Rica	313,410	2.72	65.2
7	Colombia	308,435	2.68	67.9
8	Antillas Holandesas	288,360	2.50	70.4
9	Japón	285,772	2.48	72.9
10	Brazil	279,103	2.42	75.3
11	Alemania	216,324	1.88	77.2
12	Ecuador	206,817	1.80	79.0
13	Chile	138,165	1.20	80.2
14	España	137,195	1.19	81.4
15	Francia	133,561	1.16	82.5
16	Argentina	129,493	1.12	83.7
17	Honduras	124,022	1.08	84.7
18	India	109,919	0.95	85.7
19	Canada	109,147	0.95	86.7
20	Italia	102,960	0.89	87.5
21	Taiwan	98,059	0.85	88.4
22	Perú	80,725	0.70	89.1
23	Federación Rusa	78,304	0.68	89.8
24	Panamá	78,096	0.68	90.5
25	Hong Kong	32,734	0.28	90.7
	Otros	1,067,148	9.26	100.0
	Total	11,521,363	100.00	

Fuente: Elaboración propia con datos de COMTRADE y BANGUAT

Estados Unidos, México y China constituyeron en el 2009, más del 55% del total de las importaciones de Guatemala. Centro América constituyó un bloque importante para las importaciones de Guatemala, en especial El Salvador con USD 463 millones, equivalentes al 4 % y Costa Rica con USD 313.4 millones, equivalentes al 2.7 %. El total de las importaciones provenientes de Centro América, incluyendo Panamá, sumaron casi USD 1 billón; equivalentes al 8.5 %.

La tabla 1 lista los principales 25 países proveedores de bienes para Guatemala durante el 2009, representando el 90.7% del total de las importaciones del país. A la vez se presentan los porcentajes correspondientes a cada país y el porcentaje acumulado, mostrando que el 80% del total de las importaciones de Guatemala es importado solamente de 13 países. Esto indica que Guatemala es un país con un bajo número de proveedores importantes y más del 90% de sus importaciones vienen solamente de 25 países, con una baja diversificación de mercados de importación.

b. Dinámica Importadora y Vinculación a la Cadena Productiva

Desde el año 1999, las importaciones han mantenido una dinámica con tendencia creciente llegando a alcanzar USD 14.5 billones en el 2008 y sufriendo una disminución del 21% a USD 11.5 billones en el 2009. Tanto las importaciones como exportaciones reportaron crecimientos positivos de 1999 al 2008 y ambas sufren una caída significativa del 2008 al 2009. Los efectos negativos de la desaceleración y recesión económica en el mundo también afectaron fuertemente las importaciones de Guatemala en el 2009. Históricamente se ha mantenido una Balanza Comercial deficitaria, siendo el más grande de USD 6.8 billones en el 2008, correspondiendo al 47% del total de las importaciones de ese año.

Estados Unidos, México y China constituyeron en el 2009, más del 55% del total de las importaciones de Guatemala, y Centro América constituyó un bloque importante, en especial El Salvador. El 80% del total de las importaciones de Guatemala proviene solamente de 13 países, indicando que Guatemala es un país con un bajo número de proveedores importantes y más del 90% vienen solamente de 25 países, con una baja diversificación de mercados de importación.

El principal proveedor de bienes es Estados Unidos, 37% del total de las importaciones, alcanzando USD 5.3 billones en el 2008. La dependencia comercial de Guatemala ante Estados Unidos en ambas vías es alta, aunque ha mostrado tendencias a decrecer a través de los años.

En el año 2009, Guatemala importó de México unos USD 1.2 billones y de China unos USD 1.04 billones, representando el 10% y 9% respectivamente. Guatemala posee un TLC con México y geográficamente es un país vecino, por el contrario a China con quien Guatemala no posee Acuerdos Comerciales ni Diplomáticos y geográficamente muy retirado. La posición geográfica y/o existencia de Tratados de Libre Comercio (TLC) entre socios comerciales, a pesar de constituir un factor positivo, han perdido cierta importancia, o condición sine qua non, en materia de comercio internacional.

El principal producto de importación reportado son los "aceites de petróleo, no crudos", representando el 17% del total y alcanzando unos USD 2 billones en el 2009, mostrando una alta dependencia de combustibles energéticos no renovables. Existe una amplia distancia entre los valores importados de este producto y el segundo producto que corresponde a "mezclas de medicamentos, incluidos en dosis" llegó a USD 346 millones, equivalentes a 3% del total. El tercer producto son los "aparatos eléctricos para telefonía, incluyendo móviles y los de otras redes inalámbricas" correspondiendo a unos USD 280 millones, equivalentes a 2.4% del total. El producto número cuatro corresponde a "carros y camionetas" sumando USD 250 millones y equivalen a 2.2% del total de las importaciones, disminuyendo desde el año 2007.

Guatemala también es un importador de commodities como lo son el maíz, trigo, arroz, algodón, soya y carne, provenientes principalmente de Estados Unidos y que se integran en la cadena productiva de la industria de alimentos procesados. Otros productos relevantes son los relacionados con la cadena productiva de la industria del vestuario y el textil, el empaque de papel y cartón.

Guatemala posee una Balanza Comercial deficitaria con Estados Unidos, reportando el déficit más grande en el 2004 de USD 2.3 billones, correspondiendo a casi el 50% del total del Déficit Comercial de ese año. En el 2009, el déficit fue de USD 1.2 millones; 28% del total, mostrando una disminución de la dependencia de proveeduría de ese país y una diversificación de mercados proveedores.

En el año 2009, Guatemala se constituyó como el comprador número 12 de las exportaciones de México. A la vez, México se constituyó como el segundo proveedor de bienes a Guatemala. Productos en la cadena productiva importantes para las industrias de Guatemala provenientes de México son: productos semi-terminados y alambón de hierro o acero sin alear y los cementos hidráulicos, utilizados fuertemente en la industria de la construcción.

Guatemala ha mantenido una Balanza Superavitaria importante con Centro América, alcanzado USD 229 millones en 2009. Dentro de las partidas importantes y relevantes para la cadena productiva y la IED provenientes de C.A. se pueden mencionar: los empaques de papel, cartón, celulosa; placas, laminas y hojas de plástico; harina para cereales, jugos de frutas y vegetales sin fermentar; productos laminados planos de hierro o acero e hilatura de algodón.

China se ha convertido en un importante proveedor de bienes para Guatemala y la región. En el 2009, vendió más de USD 1 billón, casi 10% del total de las importaciones. Se posiciona como el tercer proveedor más importante y se convertirá en el segundo proveedor en muy corto plazo. En el 2009, el Déficit Comercial alcanzó USD 1 billón (23% del total del Déficit de Guatemala) casi alcanzando a Estados Unidos (28%). Se concluye que los productos hechos en China son altamente competitivos y preferidos por los consumidores guatemaltecos. China, tiene una fuerte participación en el mercado guatemalteco en la cadena productiva del vestuario y el textil.

Las importaciones provenientes de Corea del Sur mostraron su mayor crecimiento en 2006, (USD 580 millones). A partir del 2007 al 2009, las importaciones se redujeron, hasta alcanzar USD 331 millones. A pesar de esta tendencia, Corea se posiciona como el quinto proveedor más importante (3% de participación). Predominan productos relacionados a la cadena productiva del vestuario y el textil. La importante colonia de origen coreano residiendo en Guatemala genera cierta dinámica en productos nostálgicos. Sin embargo, se nota una baja diversificación de productos coreanos en el país.

Las importaciones de productos provenientes de Colombia a Guatemala mostraron un crecimiento permanente y sostenido, alcanzando USD 308 millones en 2009. Colombia se posiciona como el séptimo proveedor más importante para Guatemala, aunque con participación muy pequeña en el mercado y muestra una diversificación de mercado relativamente baja. El intercambio comercial entre Guatemala y Colombia continuará su tendencia al incremento, dada la recientemente entrada en vigencia del TLC entre ambos países. Las tasas de crecimiento y los valores mostrados por Colombia son más altos y dinámicos cuando comparados con los de Guatemala, por lo que se puede concluir que el Déficit Comercial continúe incrementando.

De parte de la Unión Europea muestran dinámicas importantes Alemania, con el puesto 11, España con el puesto 14, Francia 15 e Italia 20. Juntos representan un bloque con relativa relevancia alcanzando valores por USD 586 millones. Sin embargo, muestran poco dinamismo.

Otros países que a resaltar son Japón (USD 286 millones) y Brasil (USD 279 millones) que ocupan el puesto 9 y 10 respectivamente. Las exportaciones de Japón consisten en gran medida en carros, camionetas, camiones, vehículos para pasajeros, motocicletas y repuestos y partes, equivalentes aproximadamente al 55 % del total de las importaciones.

c. La Balanza Comercial

Guatemala ha mantenido históricamente una Balanza Comercial deficitaria, donde las importaciones provenientes de otros países han superado las exportaciones totales de bienes de Guatemala. En el año 2009, Guatemala importó un total de USD 11.5 billones, reportando una disminución del 21% comparado con el total importado en el 2008 cuando alcanzó USD 14.5 billones.

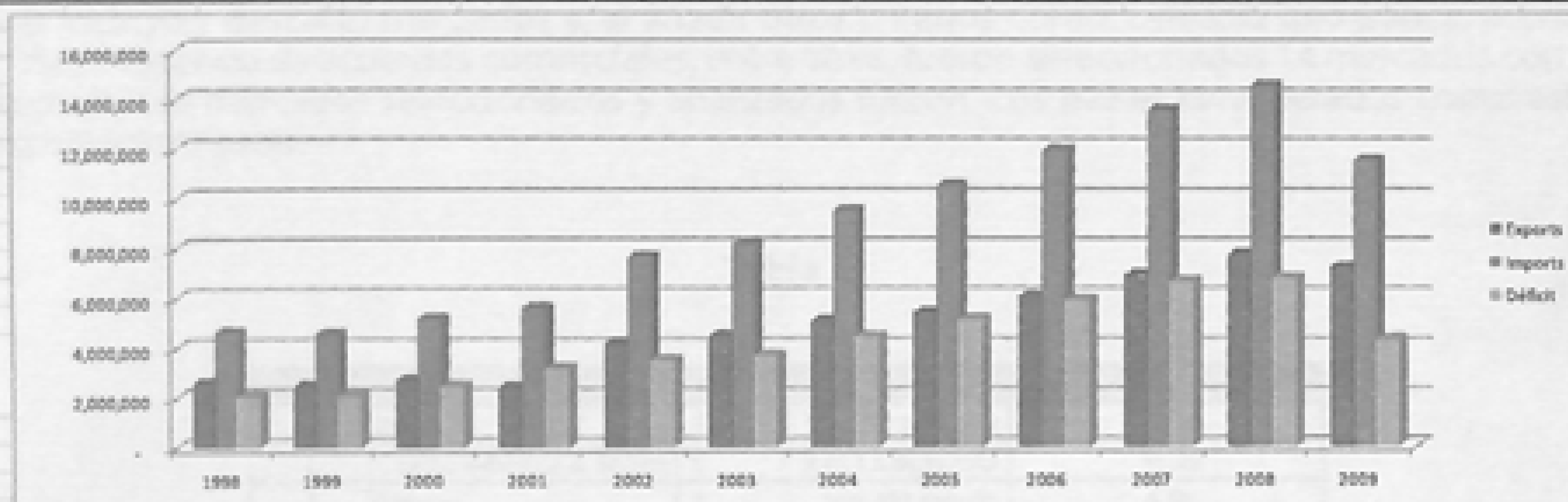
Del año 2008 al 2009, el Déficit Comercial sufrió una disminución del 36%, casi regresando a los niveles anteriormente observados en 2004. El Déficit Comercial más grande reportado, durante los años analizados fue de USD 6.8 billones en el 2008, correspondiendo a casi el 47% del total de las importaciones.

Tanto el crecimiento de las importaciones, como de las exportaciones de Guatemala reportaron crecimientos positivos de 1998 al 2008. Ambas muestran una caída significativa del 2008 al 2009. Los efectos negativos de la desaceleración y recesión económica en el mundo también afectaron fuertemente a Guatemala en el 2009, reportando una disminución en ambos sectores.

La tabla 2 y la gráfica 3 muestran el total de las importaciones, exportaciones y el Balance Comercial de Guatemala desde 1998 al 2009.

Tabla 2

Balanza Comercial de Guatemala, 1998 - 2009 (000's USD)												
	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
Exports	2,581,700	2,458,210	2,695,354	2,412,551	4,162,054	4,451,425	5,056,399	5,380,815	6,025,162	6,898,540	7,736,670	7,208,586
Imports	4,650,830	4,554,308	5,171,403	5,597,534	7,668,780	8,126,880	9,474,468	10,499,537	11,918,900	13,544,301	14,521,501	11,521,363
Deficit	2,069,130	2,096,098	2,476,049	3,184,983	3,496,726	3,667,455	4,418,069	5,118,722	5,893,738	6,645,761	6,784,831	4,312,777
% Cambio/año		1%	18%	29%	10%	5%	20%	14%	15%	13%	2%	-36%

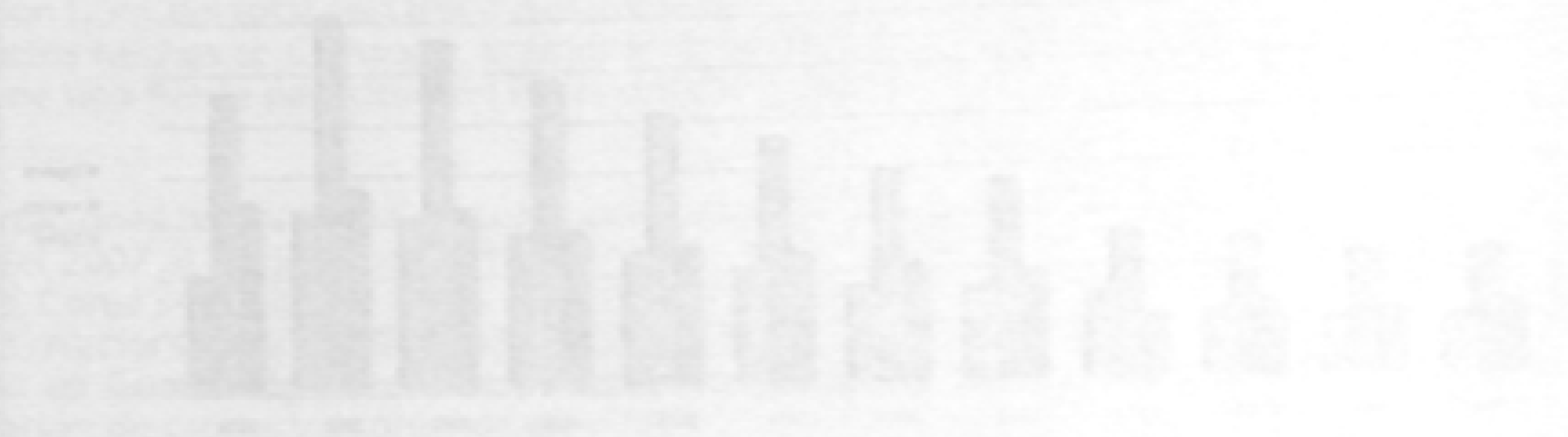


Fuente: Elaboración propia con datos de COMTRADE y BANQUAT

Para cada una de las 31 Fichas Técnicas de Sector y Subsector se realizó un análisis de la Balanza Comercial de Guatemala relacionada con el sector y subsector en análisis. Por ende, también se realizaron 54 análisis de Balanzas Comerciales en forma individual.

FOCUS

País	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Estados Unidos	15.2	14.8	14.5	14.1	13.7	13.3	12.9	12.5	12.1	11.7	11.3
China	12.5	13.1	13.7	14.3	14.9	15.5	16.1	16.7	17.3	17.9	18.5
Unión Europea	10.8	10.5	10.2	9.9	9.6	9.3	9.0	8.7	8.4	8.1	7.8
Brasil	8.5	8.2	7.9	7.6	7.3	7.0	6.7	6.4	6.1	5.8	5.5
India	6.2	6.5	6.8	7.1	7.4	7.7	8.0	8.3	8.6	8.9	9.2
Países Bajos	4.8	4.7	4.6	4.5	4.4	4.3	4.2	4.1	4.0	3.9	3.8
Corea del Sur	3.5	3.6	3.7	3.8	3.9	4.0	4.1	4.2	4.3	4.4	4.5
Canadá	2.8	2.7	2.6	2.5	2.4	2.3	2.2	2.1	2.0	1.9	1.8
Argentina	1.5	1.4	1.3	1.2	1.1	1.0	0.9	0.8	0.7	0.6	0.5
Chile	1.2	1.1	1.0	0.9	0.8	0.7	0.6	0.5	0.4	0.3	0.2
Colombia	0.8	0.7	0.6	0.5	0.4	0.3	0.2	0.1	0.1	0.1	0.1
Perú	0.5	0.4	0.3	0.2	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1



3. Análisis de Mercados de Exportación

Para la elaboración del Análisis de Mercados, se realizó una selección de los países a los que Guatemala reporta los principales montos de exportación, detectándose que 8 mercados importan el 80% de las exportaciones totales de Guatemala, por lo que fueron incluidos en los países analizados. Se analizó también, la oferta exportable enviada al resto de los países detectándose algunos mercados como Japón, donde 90% de las exportaciones corresponden a café, o para el caso de Chile, donde 85% es azúcar, o Arabia Saudita el donde 99% corresponde a cardamomo. Estos países fueron dejados fuera del análisis.

Este análisis incluyó y descartó mercados y, al añadir otros criterios como: cercanía geográfica, productos con alto potencial, existencia de acuerdos comerciales, entre otros, fueron seleccionados 14 mercados con potencial para Guatemala. Los mercados seleccionados y analizados fueron: Los países considerados como estratégicos para las exportaciones son:

Tabla 3

Rank	País Destino	Monto Exportado	%
1	EEUU	\$ 3,048,511,642.00	39.40
2	Centro América & Belice	\$ 2,413,378,312.00	31.19
3	México	\$ 509,492,695.00	6.59
4	Panamá	\$ 161,214,724.00	2.08
5	República Dominicana	\$ 113,619,995.00	1.47
6	Países Bajos	\$ 110,888,422.00	1.43
7	Canadá	\$ 110,181,844.00	1.42
8	Alemania	\$ 78,150,534.00	1.01
9	Italia	\$ 66,011,137.00	0.85
10	Perú	\$ 53,105,758.00	0.69
11	Colombia	\$ 40,193,750.00	0.52
12	España	\$ 39,278,555.00	0.51
13	Francia	\$ 37,954,283.00	0.49
14	China	\$ 31,767,491.00	0.41
	otros	\$ 922,947,429.00	6.43
	Total	\$ 7,736,696,571.00	100.00

Fuente: Elaboración propia con datos de COMTRADE y BANGUAT

a. Análisis de Mercados Importadores

Para la elaboración de las Fichas Técnicas de Mercado, se definió un conjunto de indicadores cuantitativos y cualitativos evaluados para los años 2002, 2005, 2007 y 2008 y que se describen a continuación:

ATRACTIVO DEL MERCADO

a) Tamaño del Mercado:

Producto Interno Bruto: Medido en USD billones.

Población: Número de habitantes, medido en millones de personas.

Cuota del país en las importaciones mundiales: Importaciones totales por país y la participación que representa dentro de las importaciones mundiales.

b) Crecimiento del Mercado:

Evolución PIB del país: Cálculo de la tasa de crecimiento del PIB de cada país.
Evolución de la cuota del país en las importaciones mundiales: Basados en los datos del inciso anterior se calculó la tasa de crecimiento expresada en porcentajes.

c) Factores Económicos:

Evolución de la inflación del país: medida en porcentaje (tasa anual de crecimiento).
Crecimiento esperado del PIB real del país: Medido en porcentaje (tasa anual de crecimiento).

d) Riesgos Comerciales y Políticos:

Para este indicador se utilizó las mediciones de Tier Country Rating.

e) Otros Factores:

Distancia geográfica de Guatemala: Medida en kilómetros desde Guatemala a una ciudad de importancia en el país seleccionado.

Pertenencia del país a la OMC: Se especifica la fecha de ingreso del país seleccionado a la OMC según el listado de miembros publicado por esta organización.

Interés estratégico: Criterio objetivo del consultor según el comportamiento comercial que el país presenta con Guatemala.

País	Distancia (km)	Fecha de ingreso a la OMC	Interés estratégico
USA	10,000	1947	Alto
China	12,000	2001	Alto
India	11,000	1996	Alto
Brasil	8,000	1987	Alto
México	4,000	1986	Alto
Argentina	10,000	1994	Alto
Rusia	12,000	2002	Alto
Corea del Sur	11,000	1995	Alto
Italia	9,000	1980	Alto
Francia	8,000	1964	Alto
Reino Unido	7,000	1973	Alto
Países Bajos	6,000	1963	Alto
Países nórdicos	5,000	1972	Alto
Países escandinavos	4,000	1972	Alto
Países mediterráneos	3,000	1972	Alto
Países de Europa central	2,000	1972	Alto
Países de Europa occidental	1,000	1972	Alto
Países de Europa del sur	1,000	1972	Alto
Países de Europa del norte	1,000	1972	Alto
Países de Europa del este	1,000	1972	Alto
Países de Europa del oeste	1,000	1972	Alto
Países de Europa del sur	1,000	1972	Alto
Países de Europa del norte	1,000	1972	Alto
Países de Europa del este	1,000	1972	Alto
Países de Europa del oeste	1,000	1972	Alto

FUERZA COMPETIDORA

a) Posición de Guatemala:

Cuota de Guatemala en las importaciones del país: Evaluación de las importaciones totales del país seleccionado, las importaciones específicas de Guatemala y que porcentaje representa ese monto de las importaciones totales, expresado en USD miles.

Evolución de la cuota en las importaciones del país: Tasa de crecimiento de las importaciones que el país seleccionado realizó en Guatemala, expresada en porcentaje y con base a las importaciones del inciso anterior.

b) Contribución a la Exportación:

Ejercicio similar al anterior sustituyendo las importaciones por las exportaciones en USD miles.

c) Dinamismo Exportador:

Medición de la tasa de crecimiento de las exportaciones de Guatemala hacia el país seleccionado, expresada en porcentaje y con base al inciso anterior.

d) Otros Factores:

Se evaluaron dos criterios cualitativos: i) existencia del idioma español como idioma oficial del país y ii) existencia de factores culturales comunes.

b. Identificación de los Mercados Potenciales de Exportación

Para la identificación de los mercados potenciales se continuó el análisis a través del uso de la metodología de modelo de la Matriz de Mckinsey de cuatro cuadrantes, tal como se realizó para los sectores y subsectores, en base a dos variables para cada mercado identificado:

1. Peso Relativo en el Mercado Internacional. Tomando en cuenta los siguientes factores:

- Importaciones totales de cada mercado.
- Medición: Bajo – Alto.

2. Peso Relativo para Guatemala. Tomando en cuenta los siguientes factores:

- Exportaciones totales de Guatemala hacia ese mercado.
- Importaciones totales de Guatemala de ese mercado.
- Medición: Bajo – Alto.

En el caso del análisis de mercados, también se corrió un modelo matemático aplicando un logaritmo natural a las variables arriba indicadas para ubicar en forma más precisa la ubicación de cada mercado.

Esta metodología tuvo como objetivo reducir en un alto grado el nivel de subjetividad en la selección de los mercados y su nivel de importancia que permita sugerir políticas de comercio exterior para cada país. La mecánica propone cuatro grupos de categorías, segmentados según sus pesos relativos a nivel mundial y para Guatemala. La clasificación de los cuatro grupos se ilustra en la gráfica 4.

Gráfica 4

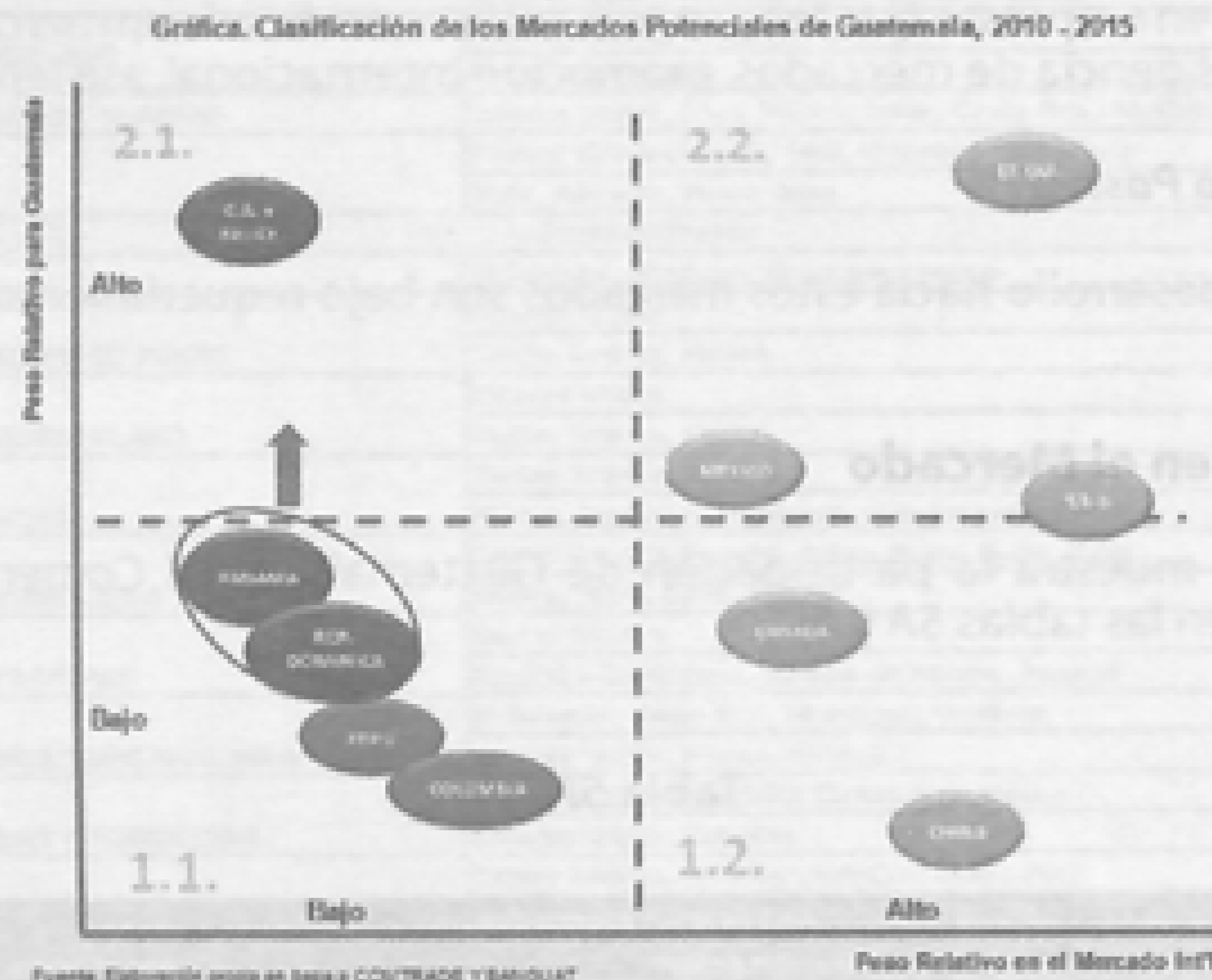


Tabla 4

CLASIFICACION DE MERCADOS POTENCIALES	
CLASIFICACION DE MERCADOS	FACTORES DE CONSIDERACION
MERCADOS MUNDIALES <ul style="list-style-type: none"> • Estados Unidos • México • U.E. (Países Bajos, Alemania, España, Italia) 	MERCADOS MUNDIALES <ul style="list-style-type: none"> • peso relativo para Guatemala • nivel de competitividad • existencia de TLCs
MERCADOS CAUTIVOS <ul style="list-style-type: none"> • Centro America • Panamá • República Dominicana 	MERCADOS CAUTIVOS <ul style="list-style-type: none"> • proximidad geográfica • nivel de competitividad • nivel de posibilidad de acceso • aspectos culturales • existencia de TLCs
MERCADOS EMERGENTES <ul style="list-style-type: none"> • Perú • Colombia • China (?) 	MERCADOS EMERGENTES <ul style="list-style-type: none"> • peso relativo para Guatemala • nivel de competitividad • facilidad de acceso • posición geográfica • aspectos culturales • existencia de TLC (caso Colombia)

Al análisis y metodología anteriormente descritos sugieren la clasificación de los siguientes 3 categorías y segmentación de 9 mercados que deben ser considerados con mayor potencial para los productos de exportación de Guatemala y son descritos en la tabla 4. Algunos pilares de a considerar para el diseño de la política de comercio exterior para cada una de las Categorías propuestas son:

1. Mercados Mundiales

- Estrategias con énfasis en empresas con un nivel de madurez intermedio o avanzado.
- Apoyar a empresas que tengan presencia consolidada en mercados cautivos y regionales.
- Servicios: inteligencia de mercados, promoción internacional, capacitación, asistencia técnica y servicios financieros avanzados.

2. Mercados Cautivos y Regionales

- Mayor énfasis en PYMES con un nivel de madurez inicial y/o intermedio.
- Busca la diversificación de la oferta exportable.
- Busca el incremento en el número de empresas exportadoras.
- Servicios: capacitación, apoyo financiero, promoción internacional.

3. Mercados Emergentes

- Mayor énfasis en empresas que tengan presencia consolidada en mercados cautivos y regionales.
- Servicios: Inteligencia de mercados, promoción internacional, asistencia técnica.

4. Mercados Reactivos o Pasivos

- Esfuerzos de desarrollo hacia estos mercados son bajo requerimiento de la demanda.

c. Posición de Guatemala en el Mercado

En los siguientes cuadros se muestra la participación de Guatemala en el Comercio Exterior de los países seleccionados que aparecen en las tablas 5A y 5B.

Tabla 5A

País	Análisis de Mercados		Comentarios
	Exportación	Importación	
Estados Unidos de Norteamérica	0,22%	0,17%	Importaciones tendencia ascendente.
Centro América & Belice	5,70%	31,00%	Exportaciones tendencia ascendente.
México	6,00%	0,17%	Exportaciones tendencia ascendente.
Canadá	1,00%	0,06%	Pocos productos o sectores presentan fuerza competitiva.
Panamá	2,10%	1,70%	Debe ser considerado relevante y estratégico para el C.E. de Guatemala.
República Dominicana	1,50%	0,67%	Importaciones tendencia ascendente.
Colombia	0,50%	0,10%	Dinámica creciente de las exportaciones.
Países Bajos	1,40%	0,09%	País considerado relevante y estratégico para el C.E.
Alemania	1,00%	0,01%	Pocos productos o sectores presentan fuerza competitiva.
Perú	0,07%	0,05%	Exportaciones aumentaron un 30% respecto al anterior.
Italia	0,09%	0,01%	Pocos productos o sectores presentan fuerza competitiva.
Francia	0,50%	0,01%	Mercado de mediana importancia y prioridad.
España	0,50%	0,02%	Pocos productos o sectores presentan fuerza competitiva.
China	0,40%	0,001%	Mercado considerado como emergente para Guatemala.

Fuente: Elaboración propia con datos de COMTRADE y BANGUAT.

En la primera se recoge la participación porcentual del país en los mercados de exportación e importación. En la tabla 5B se puede visualizar aquellos países que son claves o atractivos para la Oferta Exportable de Guatemala

Tabla 5 B

OFERTA EXPORTABLE DE GUATEMALA		
Sector	País	
Agroindustrial y Forestal		
AZÚCAR CRUDA Y REFINADA	Estados Unidos, Canadá y México	Clave
	Chile, Jamaica y Haití	Atractivo
CAFÉ ORO Y PERGAMINO	Estados Unidos	Clave
	Japón	Clave
SEMILLAS DE CARDAMOMO	Arabia Saudita	Clave
	Siria, EAU, Jordania, Singapur	Atractivo
BANANO Y PLÁTANO FRESCO	Estados Unidos, Islas Vírgenes Británicas, El Salvador	Clave
FRUTAS FRESCAS Y CONGELADAS	Estados Unidos, Arabia Saudita, Jordania, Kuwait, Bahrain y EAU	Clave
	El Salvador	Atractivo
VEGETALES FRESCOS Y CONGELADOS	Estados Unidos, El Salvador	Clave
	Reino Unido, Holanda, Bélgica y Francia.	Atractivo
PREPARACIONES DE FRUTAS Y VEGETALES	Costa Rica, El Salvador, México, Panamá, República Dominicana	Clave
	Estados Unidos, Canadá, Colombia y Alemania	Atractivo
PREPARACIONES ALIMENTICIAS	CA-4, Estados Unidos, El Salvador, Honduras, República Dominicana, Panamá y	Clave
	Canadá, Colombia y Perú	Atractivo
PREPARACIONES DE CEREALES O HARINAS	CA-4, Panamá, México, República Dominicana y Estados Unidos	Clave
	Canadá, Colombia, Perú, España y Francia	Atractivo
ACEITES Y GRASAS ANIMALES O VEGETALES	México, CA-4, Panamá, Países Bajos, Francia, Italia, Alemania, Panamá	Clave
CONFITERÍA	República Dominicana CA-4 México/Estados Unidos Panamá	Clave
	Colombia, Perú	Atractivo
PLANTAS FLORES Y FOLLAJES	Estados Unidos, Holanda, El Salvador	Clave
	Bélgica, Japón, Alemania, Italia, España, Francia	Atractivo
CAMARON FRESCO Y CONGELADO	México, España, EE.UU, Francia	Clave
	Países Bajos, Italia	Atractivo
MADERA ASERRADA, PUERTAS Y TARMAS	Estados Unidos, CA-4, México, Italia, Costa Rica, República Dominicana	Clave
HULE Y LATEX NATURAL	México, Estados Unidos, Perú, Colombia, Costa Rica	Clave
	Italia, Alemania, Países Bajos	Atractivo
Manufacturas		
TEJIDOS DE PUNTO	El Salvador, Honduras, Nicaragua, México	Clave
	Estados Unidos	Clave
PRENDAS DE VESTIR DE TEJIDO DE PUNTO	Centro América, México	Atractivo
	Estados Unidos	Clave
PRENDAS DE VESTIR DE TEJIDO PLANO	Centro América, México	Atractivo
	Centro América, Panamá	Clave
PRODUCTOS FARMACEUTICOS	México, República Dominicana, Estados Unidos	Atractivo
	Centro América, Panamá, Países Bajos, Suiza, Italia	Clave
BEBIDAS Y LIQUIDOS ALCOHOLICOS	México, EE.UU, Cuba, Panamá	Atractivo
	Centro América	Clave
PLASTICOS Y SUS MANUFACTURAS	República Dominicana, Sureste de México, Panamá	Atractivo
	El Salvador, Costa Rica, Nicaragua, Honduras	Clave
CALZADO, POLAINAS Y ARTICULOS ANALOGOS	Estados Unidos, México, Panamá	Atractivo
	Centro América, República Dominicana, México	Clave
HERBICIDAS, INSECTICIDAS Y FUNGICIDAS	Estados Unidos, Colombia	Atractivo
	Centro América, Estados Unidos, Ecuador, Perú	Clave
LAMINADOS DE HIERRO O ACERO	México, Panamá, Colombia, España	Atractivo
	Centro América, México, Panamá, Estados Unidos	Clave
FUNDICIONES DE HIERRO O ACERO	República Dominicana, Colombia, China	Atractivo
	CA-4, EE.UU., Perú, México, Panamá y República Dominicana	Clave
MAQUINAS Y APARATOS MECANICOS	Canadá, Colombia y Alemania	Atractivo
	CA-4, EE.UU, México, Panamá, R.D. y China	Clave
MAQUINAS, APARATOS Y MATERIAL ELECTRICO	Canadá, Colombia, Perú, Alemania y España	Atractivo
	CA-4, EE.UU y México	Clave
MUEBLES Y SUS PARTES	Panamá y República Dominicana	Atractivo

Fuente: Elaboración propia con datos de COMTRADE y BANGUAT

SECTOR	
AGRICULTURA	AGRICULTURA
INDUSTRIA	INDUSTRIA
COMERCIO	COMERCIO
TRANSPORTE	TRANSPORTE
ENERGÍA	ENERGÍA
CONSTRUCCIÓN	CONSTRUCCIÓN
SERVICIOS	SERVICIOS
OTROS	OTROS

4. Análisis Sector - Mercado

En base a los análisis de los sectores y mercados arriba descritos, se elaboraron una serie de matrices resumiendo e indicando para los 31 sectores y 14 mercados, la importancia que cada sector presenta ante cada mercado.

La tabla 6 muestra los resultados de la primera matriz realizada para cruzar los sectores con los mercados identificándolos con la siguiente nomenclatura:

- (1) Alto Grado de Presencia y/o Importancia.
- (2) Mediano Grado de Presencia y/o Importancia y
- (3) Bajo Grado de Presencia y/o Importancia.

Tabla 6

CATEGORÍA / MERCADO	EURO	CA-4 + Belice	México	Canadá	Panamá	Rep. Dominica	Colombia	Países Bajos	Alemania	Perú	Italia	España	Francia	China
1 Acúcar Crudo y Refinado	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
2 Café Oro y Pergamino	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
3 Semillas de Cardamomo	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
4 Banano y Plátano Fresco	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
5 Frutas Frescas y Congeladas	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
6 Vegetales Frescos y Congelados	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
7 Preparaciones de Frutas y Vegetales	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
8 Preparaciones Alimenticias	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
9 Panadería, Bollería y Conos	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
10 Aves y Carnes Animales y Vegetales	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
11 Artículos de Cerámica	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
12 Plantas, Flores y Hojas	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
13 Camarón Fresco y Congelado	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
14 Madera Aserrada, Puertas y Tarimas	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
15 Hule y Látex	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
17 Tejidos de Punto	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
18 Prendas y Accesorios de Tejido Plano	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
19 Prendas y Accesorios de Tejido de Punto	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
20 Productos Farmacéuticos	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
21 Bebidas y Líquidos Alcohólicos	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
22 Plásticos y sus Manufacturas	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
23 Calzado, Peluches y Artículos Análogos	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
24 Medicinas, Inyectables & Fungicidas	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
25 Laminados de Hierro o Acero	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
26 Fundiciones de Hierro o Acero	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
27 Máquinas y Aparatos Mecánicos	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
28 Máquinas, Aparatos y Material Eléctrico	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
29 Muebles y sus Partes	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
30 Minerales de Oro y Plata y Concentrados	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
31 Combustibles y Aceites Minerales	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1

Nomenclatura: 1) Alto Grado de Presencia y/o Importancia; 2) Mediano Grado de Presencia y/o Importancia y 3) Bajo Grado de Presencia y/o Importancia

Fuente: Elaboración propia.

La siguiente matriz sector-mercado fue utilizada para cruzar los montos exportados a cada país de los sectores ya identificados como más relevantes y con mayor dinamismo y potencial. La tabla 7 muestra los resultados obtenidos de dicha matriz.

Tabla 7

EXPORTACIONES FOB - 2008 DE GUATEMALA SEGÚN PAÍS - CAPÍTULO ARANCELARIO EN USD MILLONES

País Destino / Capítulo Arancelario	3	6	7	8	9	15	17	19-21	22	26	27	30	39	40	44	60-62	72-73	84 - 85
	Comuniones	Plantas Vegetales	Frutas	Café	Acasites	Azúcar	Alimentos	Bebidas	Minerales	Petróleo	Farmacéuticos	Plásticos	Hule	Madera	Textiles	Hierro	Máquinas	
EEUU	\$ 15	\$ 24	\$ 118	\$ 410	\$ 307		\$ 159	\$ 37	\$ 8	\$ 135	\$ 357	\$ 4	\$ 17	\$ 36	\$ 26	\$ 1,145	\$ 5	\$ 22
Centro América & Belice	\$ 1	\$ 3	\$ 27	\$ 14		\$ 94	\$ 17	\$ 202	\$ 88		\$ 145	\$ 108	\$ 155	\$ 33	\$ 20	\$ 99	\$ 253	\$ 116
México	\$ 26		\$ 1		\$ 2	\$ 104		\$ 25	\$ 12	\$ 125		\$ 5	\$ 10	\$ 68	\$ 5	\$ 13	\$ 7	\$ 14
Panamá						\$ 10	\$ 1	\$ 20	\$ 2		\$ 11	\$ 37	\$ 2	\$ 2			\$ 3	\$ 11
República Dominicana							\$ 11	\$ 14			\$ 5	\$ 4	\$ 2	\$ 3		\$ 2	\$ 7	
Países Bajos		\$ 23	\$ 3		\$ 14	\$ 38			\$ 23									
Canadá			\$ 2		\$ 46		\$ 50									\$ 4		
Alemania		\$ 1		\$ 1	\$ 52			\$ 2						\$ 1				\$ 1
Italia					\$ 32				\$ 19						\$ 4	\$ 7		
Perú							\$ 8							\$ 28			\$ 1	\$ 11
Colombia							\$ 2	\$ 1						\$ 24				\$ 2
España	\$ 13				\$ 3													
Francia	\$ 7				\$ 8			\$ 1			\$ 17							
China	\$ 1						\$ 1						\$ 1			\$ 1		\$ 6
Total Países Analizados	\$ 63	\$ 51	\$ 151	\$ 425	\$ 464	\$ 246	\$ 249	\$ 302	\$ 152	\$ 260	\$ 530	\$ 159	\$ 189	\$ 194	\$ 58	\$ 1,269	\$ 271	\$ 190
Total Capítulo Arancelario	\$ 63	57	162	489	856	250	449	324	201	261	540	169	210	230	63	1282	294	\$ 200
Porcentaje	100%	89%	93%	87%	54%	98%	55%	93%	76%	100%	98%	94%	90%	84%	92%	99%	92%	95%

Fuente: Elaboración propia con datos de COMTRADE y BANGUAT

Las dos matrices anteriores sirvieron de punto de referencia para visualizar evaluar con mayor profundidad el nivel competitivo y la demanda de los sectores en cada mercado. Para este efecto se volvió a utilizar el modelo de la Matriz de Mckinsey para cada uno de los mercados seleccionados utilizando cuatro cuadrantes con las siguientes dos variables:

1. Nivel Estimado de Competitividad de la Oferta.

Tomando en cuenta los siguientes factores:

- De los sectores de Guatemala ante el mercado.
- Para cada sector seleccionado en cada mercado seleccionado.
- Tendencia de las exportaciones del sector en cada mercado.
- Existencia de Acuerdos Comerciales con el mercado.
- Barreras no arancelarias del sector en el mercado.
- Principales países proveedores y dinamismo exportador.
- Parámetros de medición: Media – Alta.

2. Nivel Estimado de la Demanda de los Sectores.

Tomando en cuenta las siguientes factores:

- Nivel de Demanda de los sectores en el mercado.
- Para cada sector en cada mercado seleccionado.
- Tendencias de las exportaciones del sector para ese mercado.

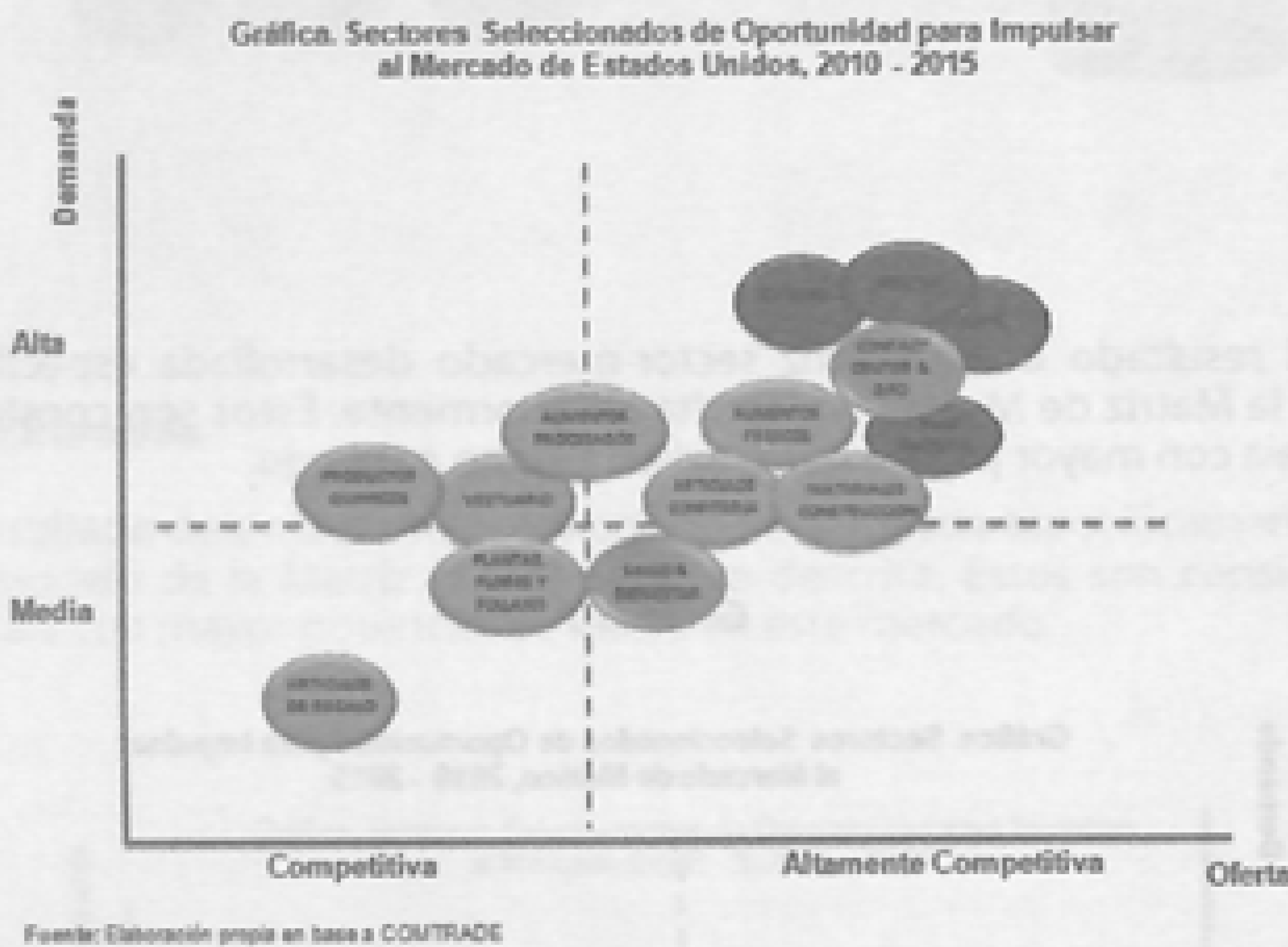
- Posicionamiento del sector en el mercado.
- Experiencia y conocimiento del Consultor + Colegas.
- Parámetro de medición: Competitiva – Altamente Competitiva.

El uso y combinaciones de las matrices sirven de apoyo para reducir el nivel de subjetividad en la priorización de los sectores en los mercados seleccionados. Los resultados obtenidos por mercado de los sectores priorizados se resumen en los gráficos a continuación.

a. Mercado de Estados Unidos

La gráfica 5 muestra el resultado de la matriz sector-mercado desarrollada específicamente para Estados Unidos utilizando el modelo de la Matriz de Mckinsey utilizando las variables anteriormente descritas. Estos son considerados los sectores de exportación de Guatemala con mayor potencial de existir en este mercado.

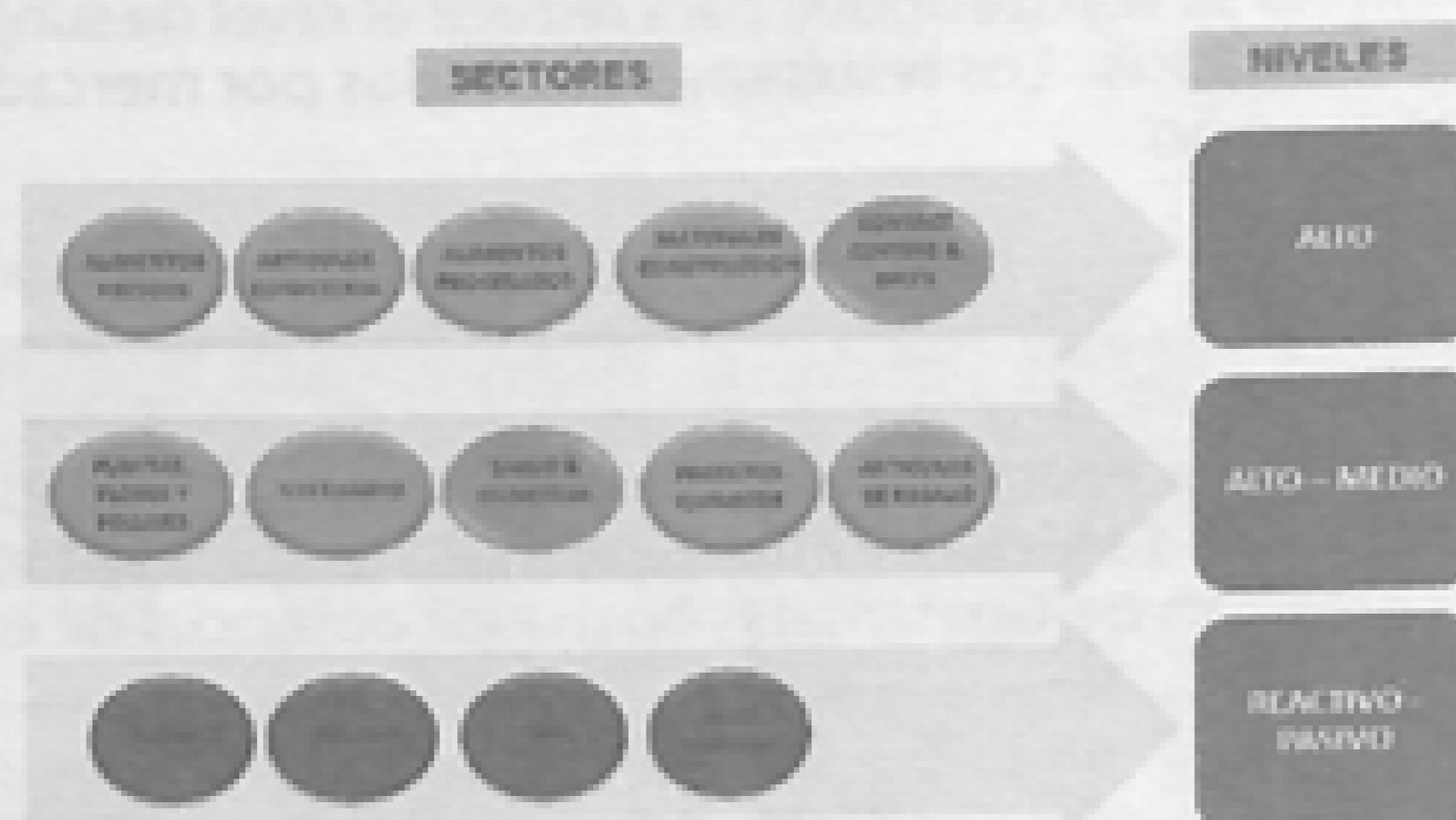
Gráfica 5



La gráfica 6 que muestra el diagrama de la prioridad con las que los sectores con mayor potencial de éxito en el mercado de Estados Unidos. Para este efecto, se consideraron tres niveles 1) Alto, 2) Alto – Medio y 3) Reactivo – Pasivo. Por ende se sugiere que los sectores identificados pueden ser promovidos con estrategias activas e integrales con estos niveles de prioridad.

Gráfica 6

Sectores Recomendados de Oportunidad para Impulsar
al Mercado de Estados Unidos, 2010 - 2015

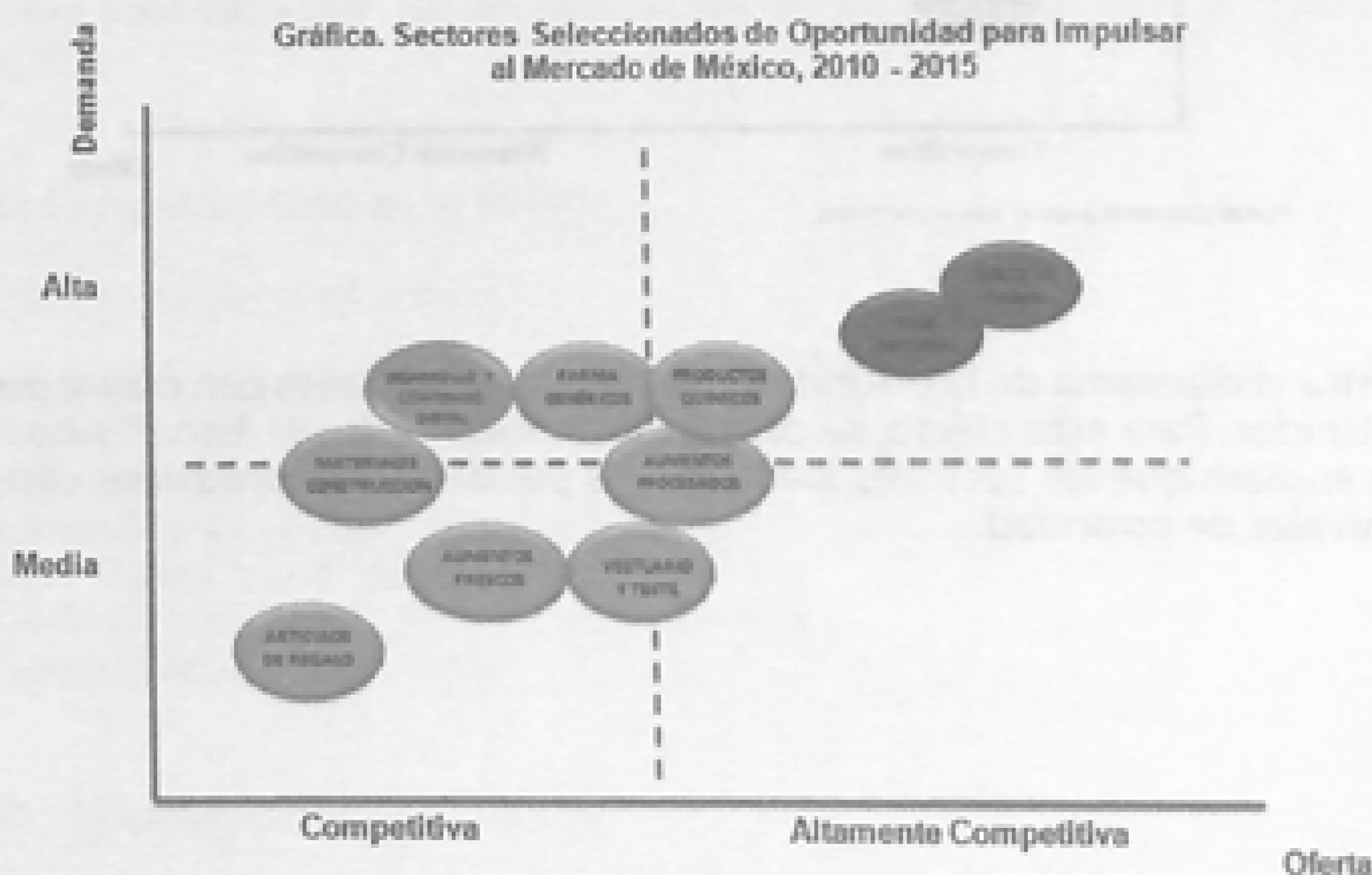


Fuente: Elaboración propia.

b. Mercado de México

La gráfica 7 muestra el resultado de la matriz sector-mercado desarrollada específicamente para México utilizando el modelo de la Matriz de Mckinsey descrita anteriormente. Estos son considerados los sectores de exportación de Guatemala con mayor potencial de éxito en este mercado.

Gráfica 7



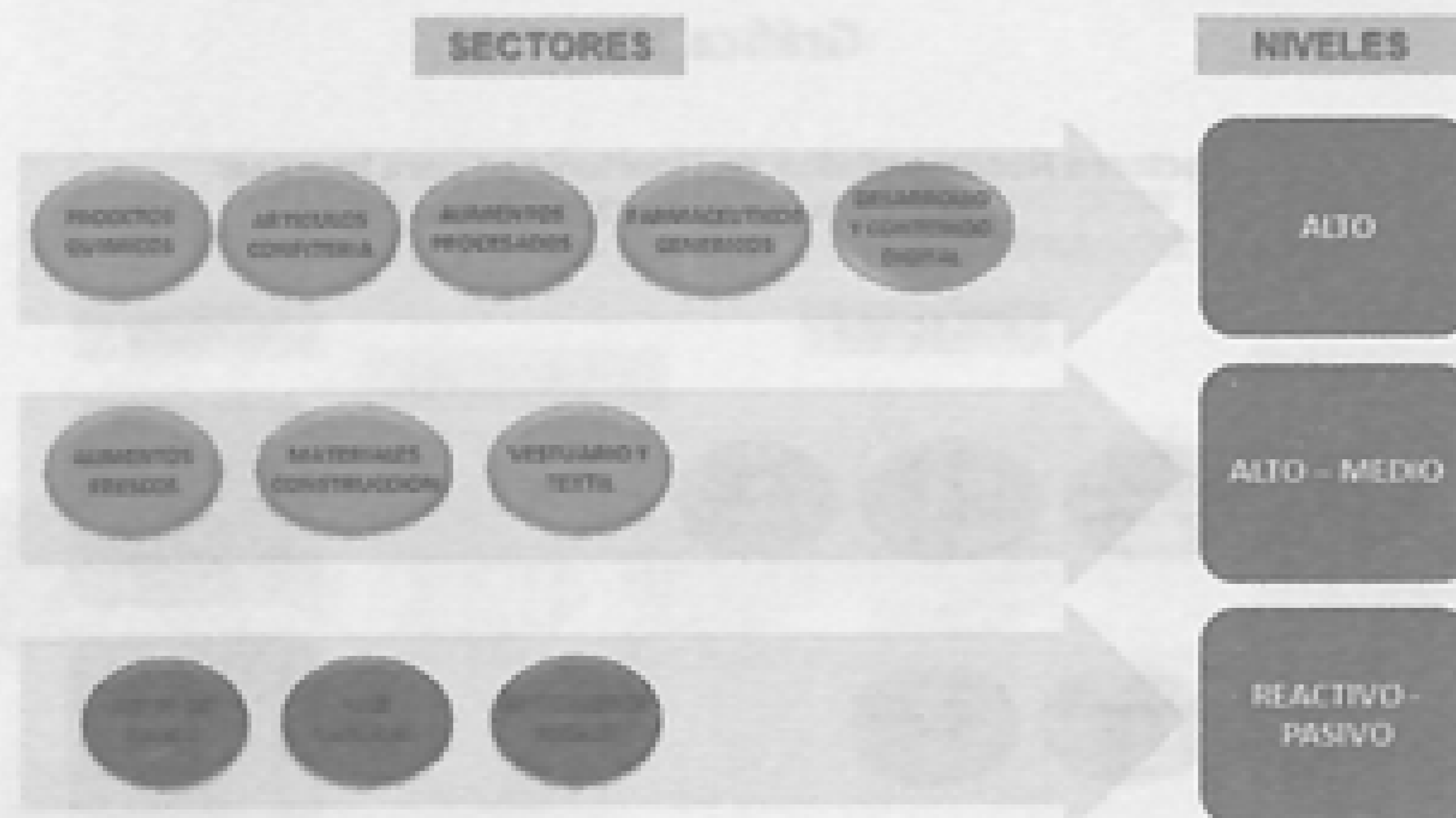
Fuente: Elaboración propia en base a COMTRADE

La gráfica 8 con el siguiente diagrama, muestra la prioridad con la que los sectores con mayor potencial de éxito en el mercado de México. Para este efecto, se consideraron tres niveles 1) Alto, 2) Alto - Medio y 3) Reactivo - Pasivo. Por ende se sugiere que los sectores identificados pueden ser promovidos con estrategias activas e

integrales con estos niveles de prioridad.

Gráfica 8

Sectores Recomendados de Oportunidad para Impulsar al Mercado de México, 2010 - 2015



Fuente: Elaboración propia.

c. Mercado de la Unión Europea

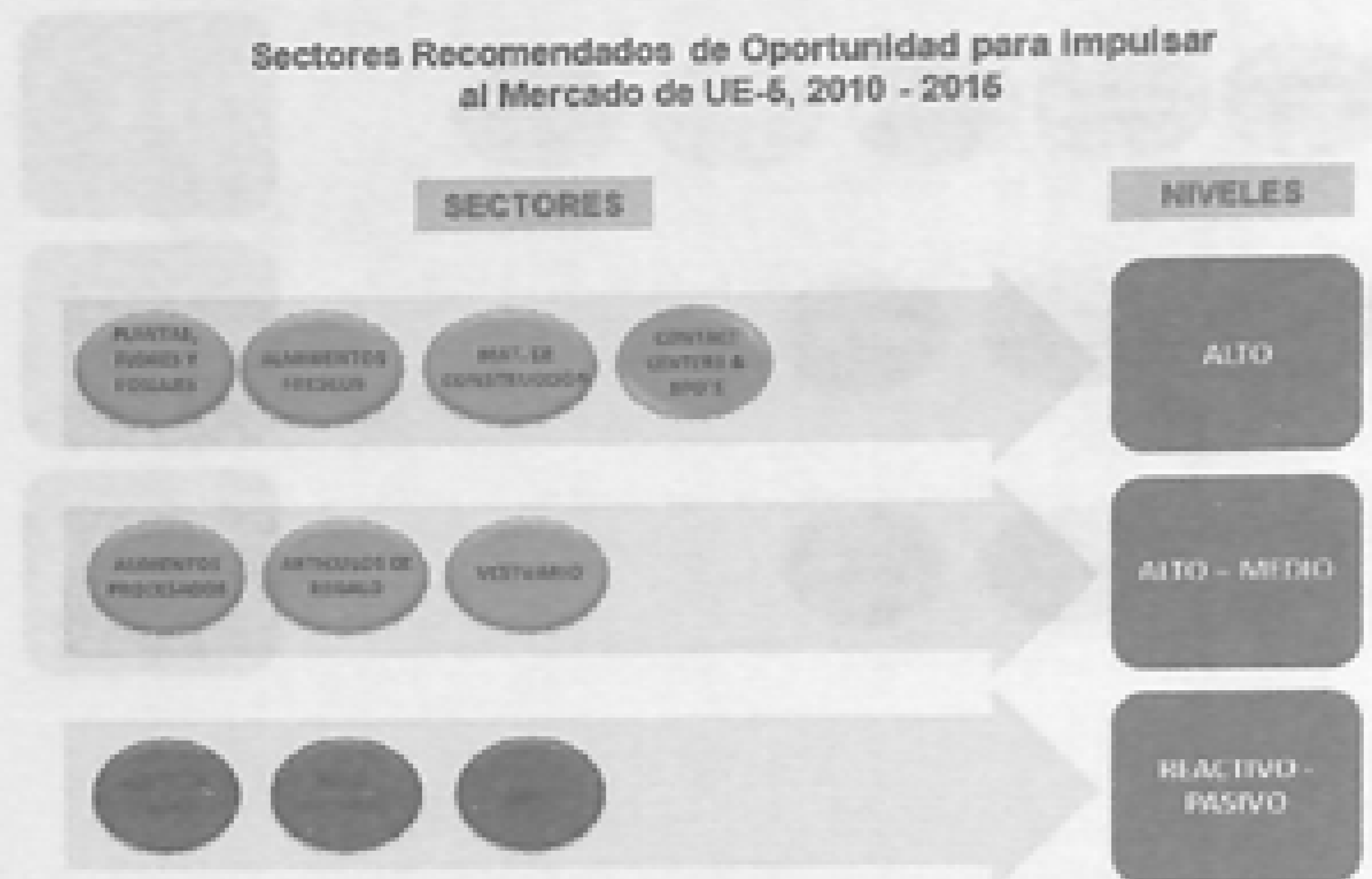
La gráfica 9 muestra el resultado de la matriz sector-mercado desarrollada específicamente para Unión Europea-5 (UE-5) ⁷ utilizando el modelo de la Matriz de Mckinsey ya descrita. Estos son considerados los sectores de exportación de Guatemala con mayor potencial de existir en este mercado.



⁷ Considerar UE-5 como: Países Bajos, Alemania, España, Italia y Francia en orden de importancia.

La gráfica 10 con el siguiente diagrama, muestra la prioridad con las que los sectores con mayor potencial de éxito en el mercado de UE-5. Para este efecto, se consideraron tres niveles 1) Alto, 2) Alto – Medio y 3) Reactivo – Pasivo. Por ende se sugiere que los sectores identificados pueden ser promovidos con estrategias activas e integrales con estos niveles de prioridad.

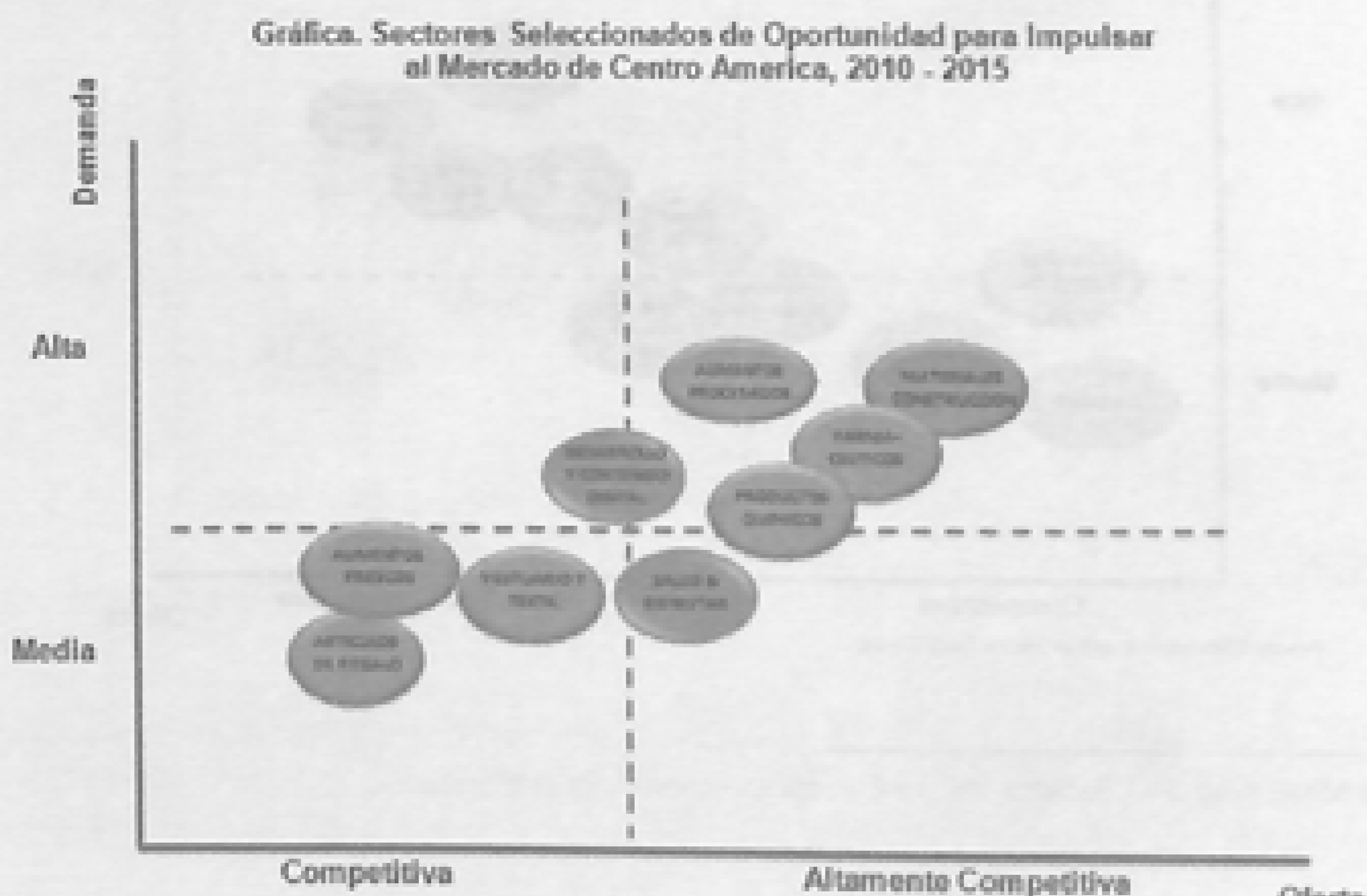
Gráfica 10



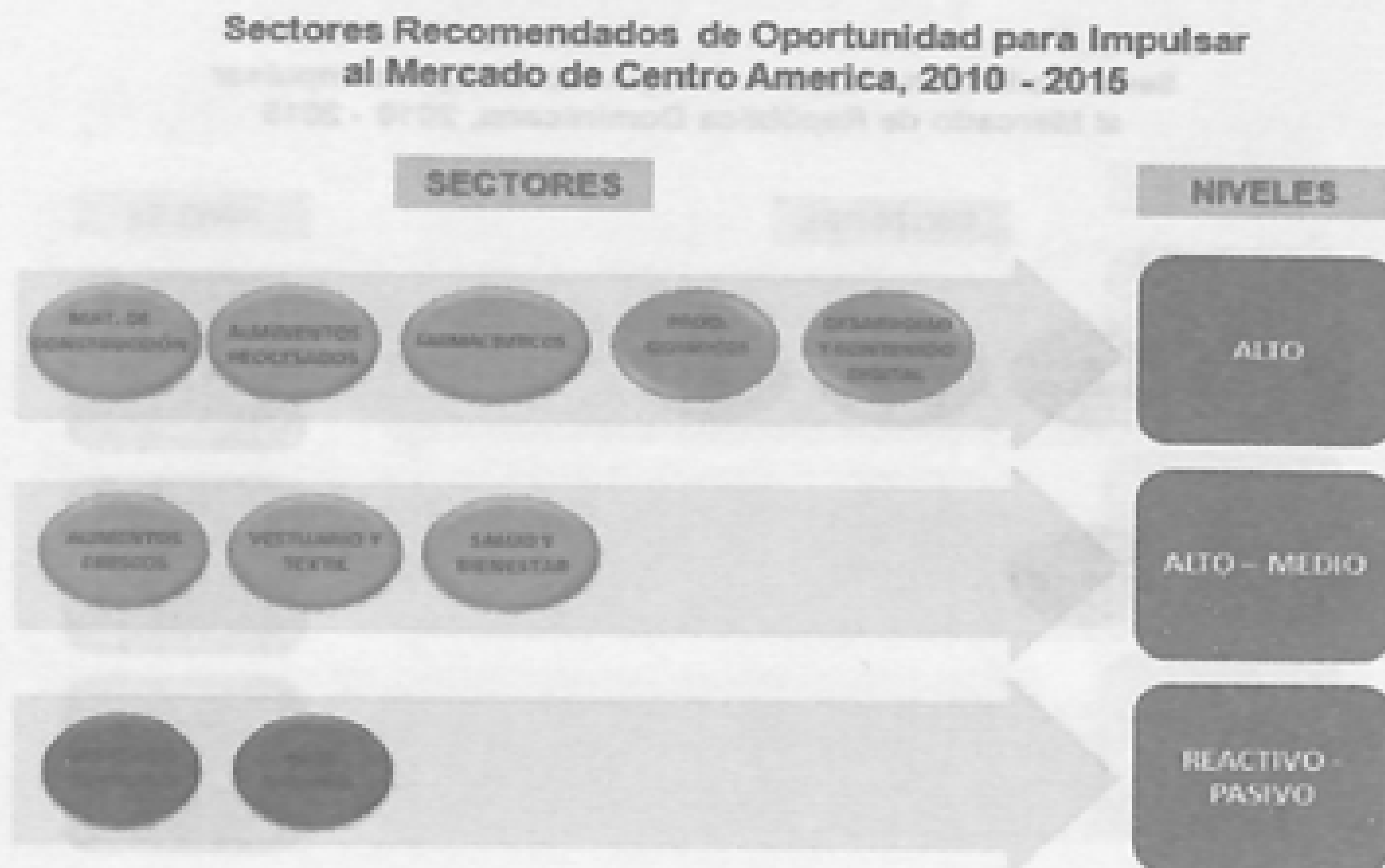
Fuente Elaboración propia.

d. Mercado de Centro América

La gráfica 11 muestra el resultado de la matriz sector-mercado desarrollada específicamente para Centro América utilizando el modelo de la Matriz de Mckinsey ya descrito. Estos son considerados los sectores de exportación de Guatemala con mayor potencial de existir en este mercado.



La gráfica 12 con el siguiente diagrama, muestra la prioridad con las que los sectores con mayor potencial de éxito en el mercado de México. Para este efecto, se consideraron tres niveles 1) Alto, 2) Alto – Medio y 3) Reactivo – Pasivo. Por ende se sugiere que los sectores identificados pueden ser promovidos con activas e estrategias activas e integrales con estos niveles de prioridad.

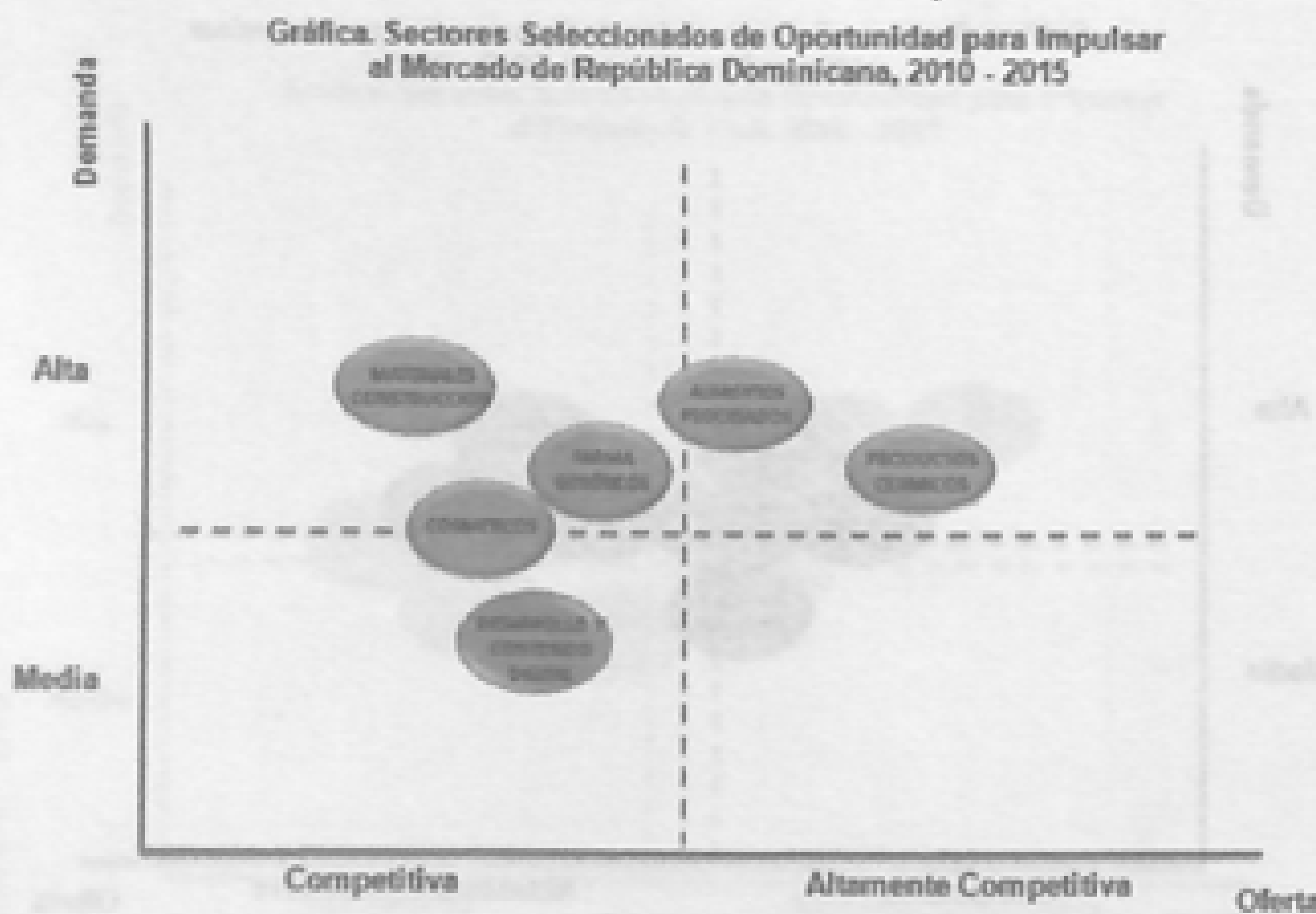


Gráfica 12

Fuente: Elaboración propia.

e. Mercado de República Dominicana

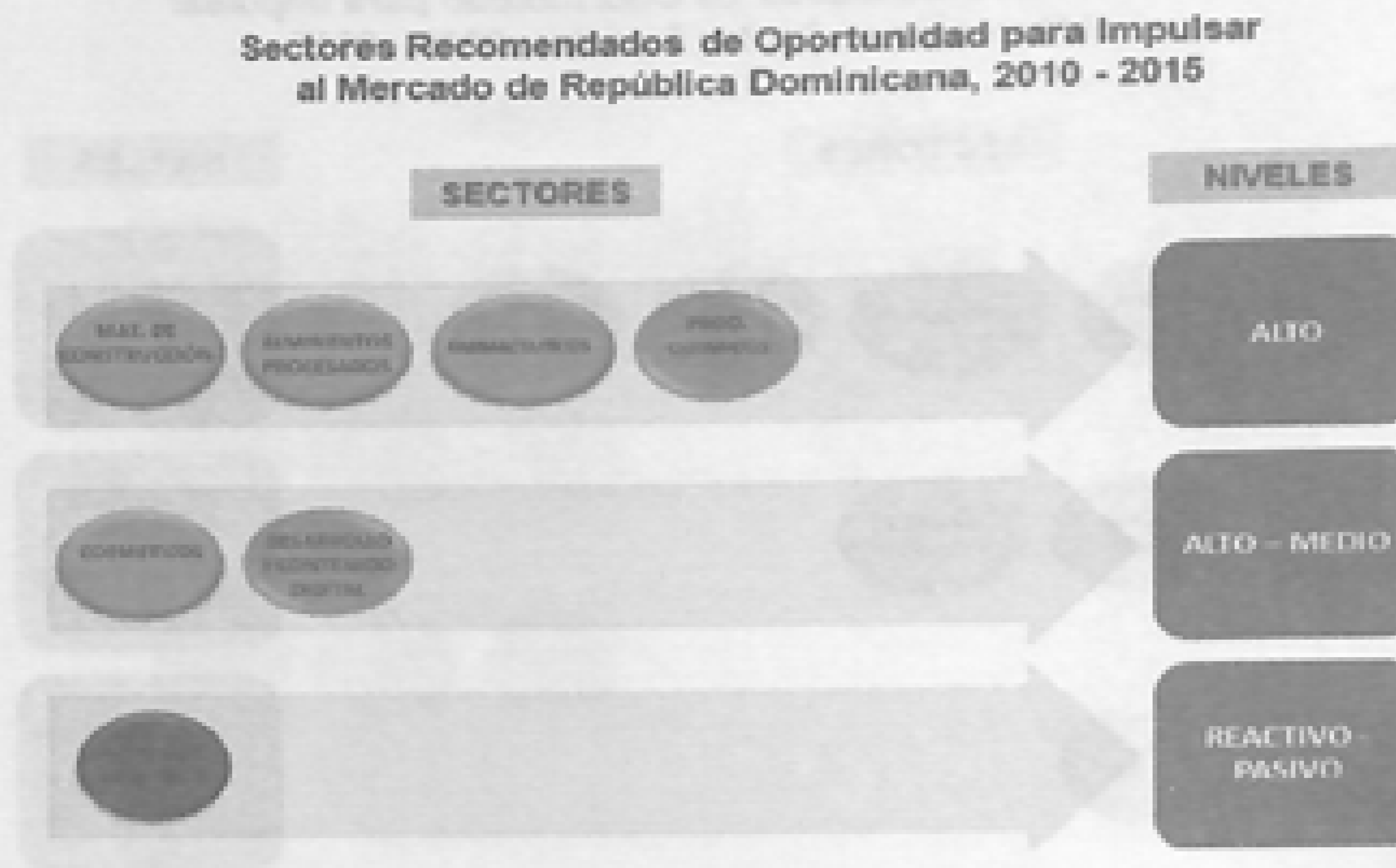
La gráfica 13 muestra el resultado de la matriz sector-mercado desarrollada específicamente para República Dominicana utilizando el modelo de la Matriz de Mckinsey ya descrito. Estos son considerados los sectores de exportación de Guatemala con mayor potencial de existir en este mercado. Para este mercado únicamente, se incorporó el Sector de Cosméticos por ser uno que muestra dinamismo, competitividad y alta demanda en ese mercado.



Fuente: Elaboración propia en base a COMTRADE

El siguiente diagrama, de la gráfica 14, muestra la prioridad con la que los sectores con mayor potencial de éxito en el mercado de República Dominicana. Para este efecto, se consideraron tres niveles 1) Alto, 2) Alto - Medio y 3) Reactivo - Pasivo. Por ende se sugiere que los sectores identificados pueden ser promovidos con estrategias activas e integrales con estos niveles de prioridad.

Gráfica 14

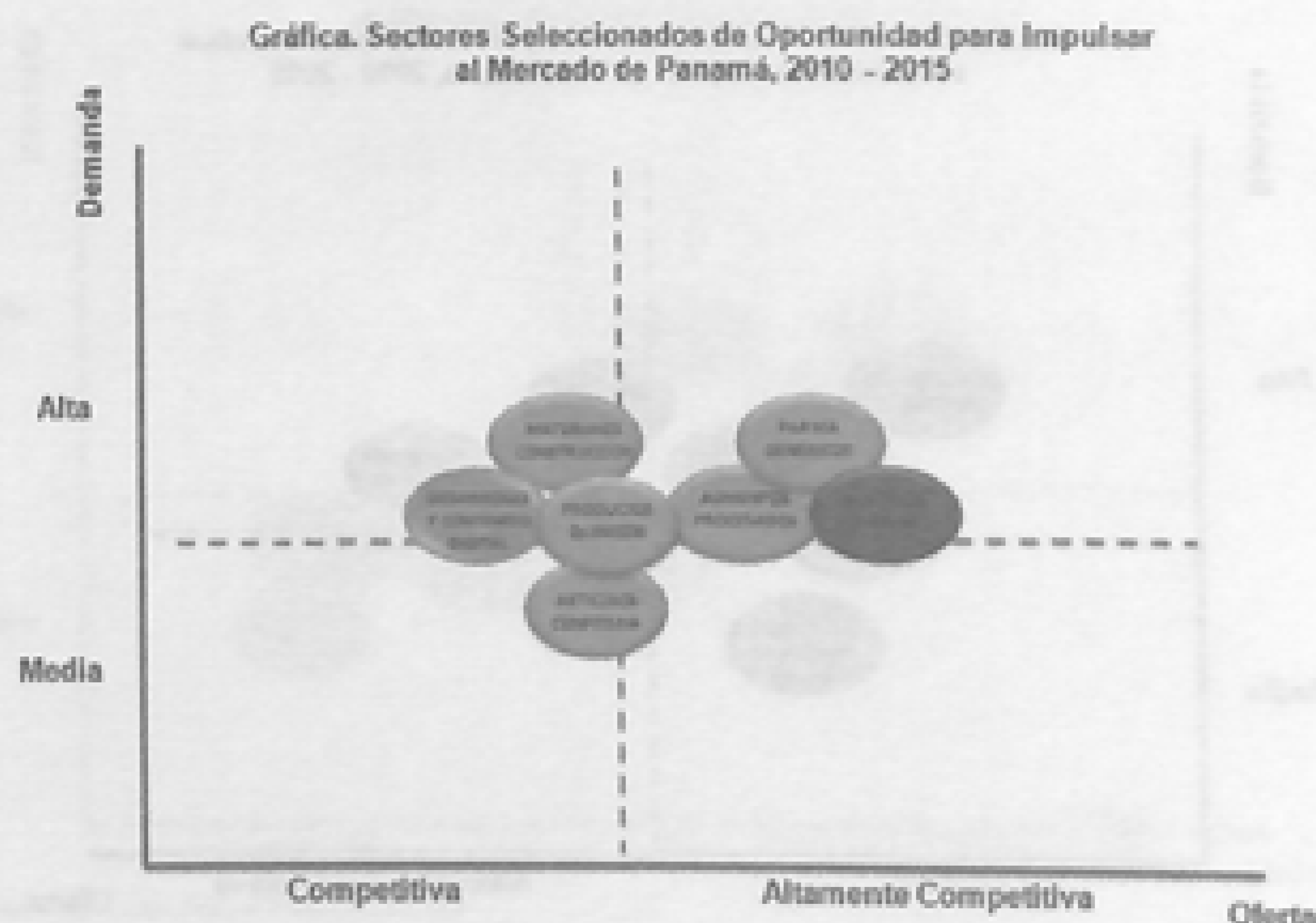


Fuente Elaboración propia.

f. Mercado de Panamá

La gráfica 15 muestra el resultado de la matriz sector-mercado desarrollada específicamente para Panamá utilizando el modelo de la Matriz de Mckinsey ya descrito. Estos son considerados los sectores de exportación de Guatemala con mayor potencial de existir en este mercado.

Gráfica 15

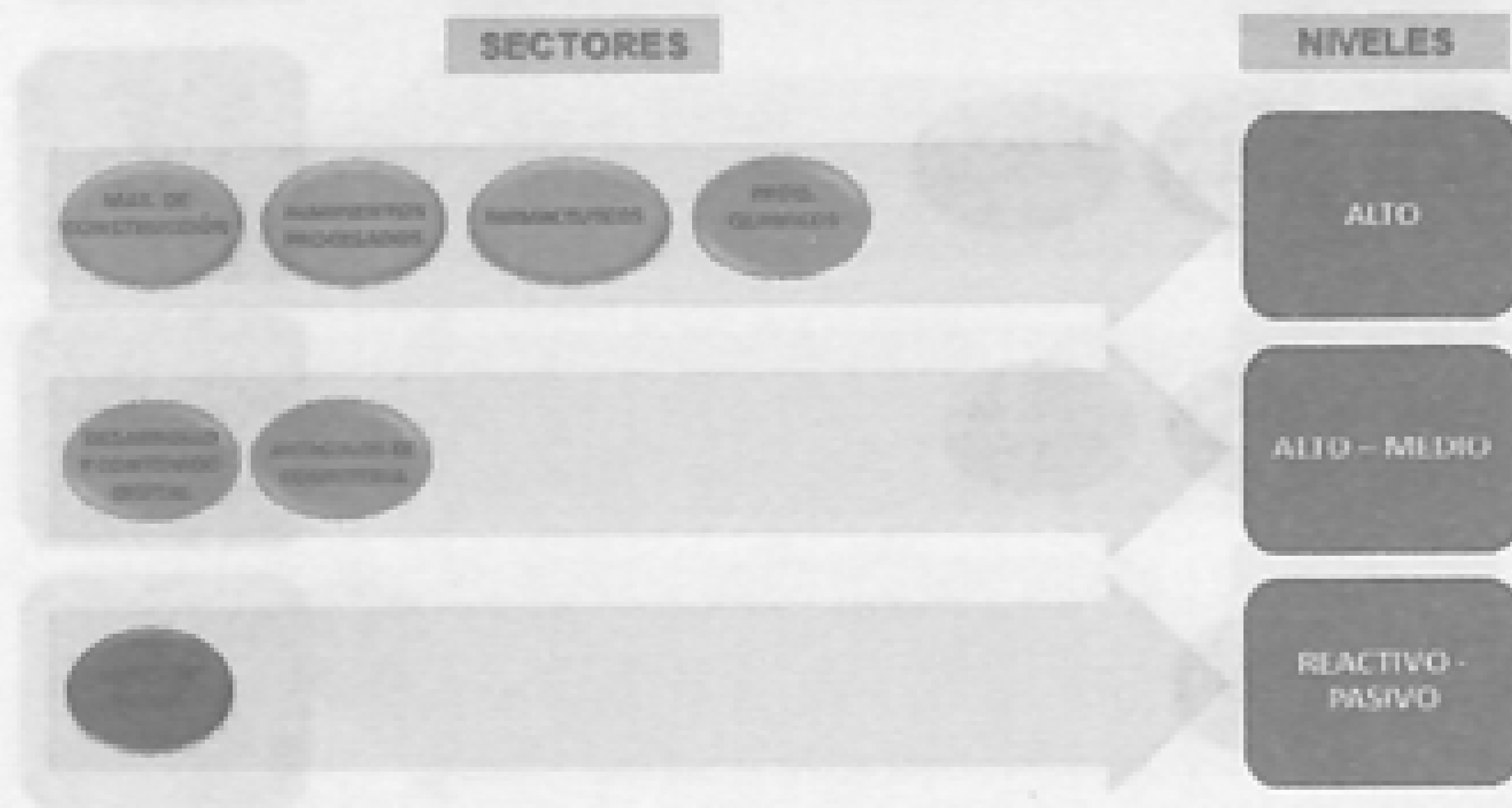


Fuente: Elaboración propia en base a COMTRADE

La gráfica 15.A., muestra el diagrama de la prioridad con las que los sectores con mayor potencial de éxito en el mercado de Panamá. Para este efecto, se consideraron tres niveles 1) Alto, 2) Alto – Medio y 3) Reactivo – Pasivo. Por ende se sugiere que los sectores identificados pueden ser promovidos con estrategias activas e integrales con estos niveles de prioridad.

Gráfica 15.A.

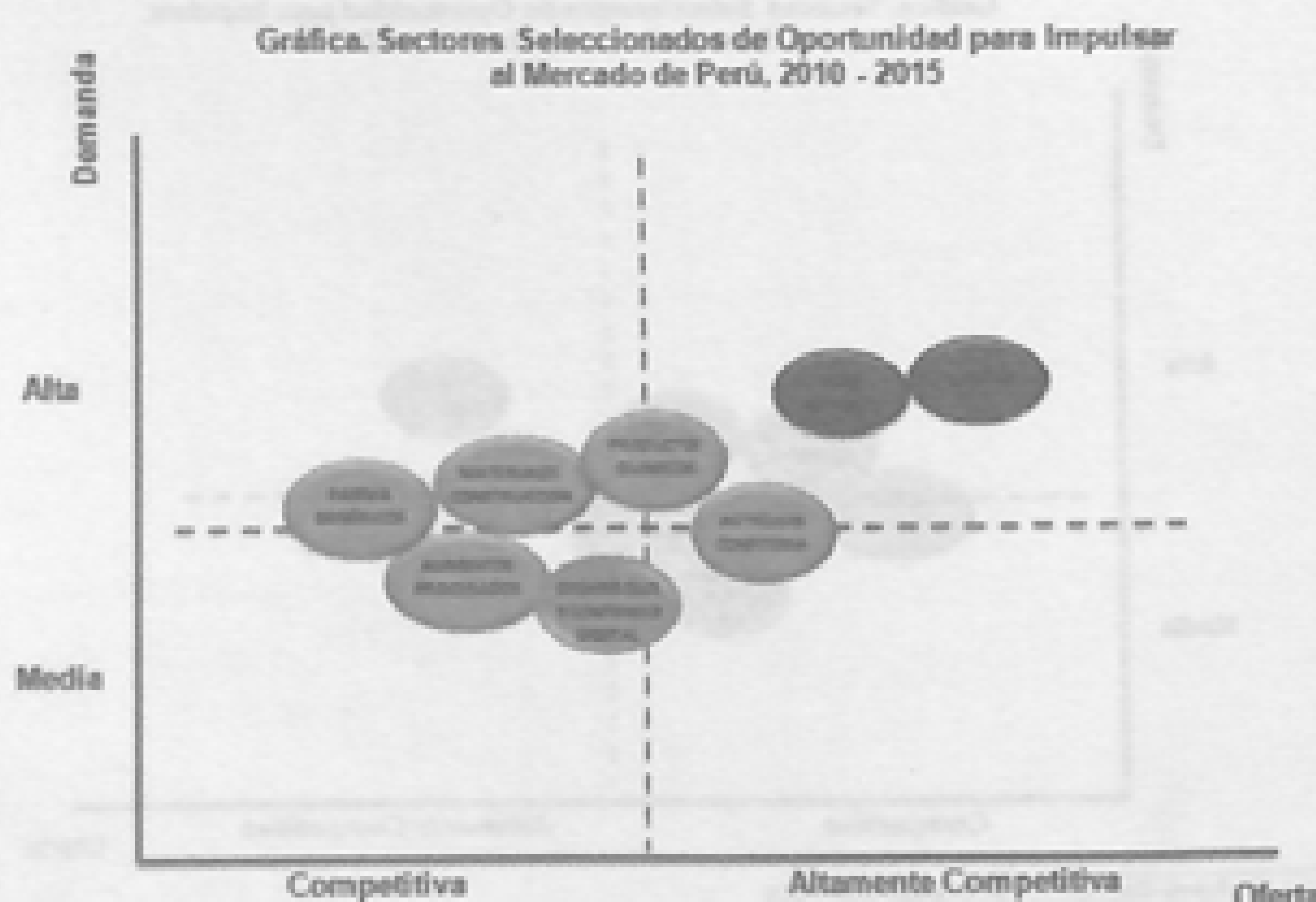
Sectores Recomendados de Oportunidad para Impulsar al Mercado de Panamá, 2010 - 2015



Fuente: Elaboración propia.

g. Mercado de Perú

La gráfica 16 muestra el resultado de la matriz sector-mercado desarrollada específicamente para Perú utilizando el modelo de la Matriz de Mckinsey con las variables anteriormente descritas. Estos son considerados los sectores de exportación de Guatemala con mayor potencial de existo en este mercado.



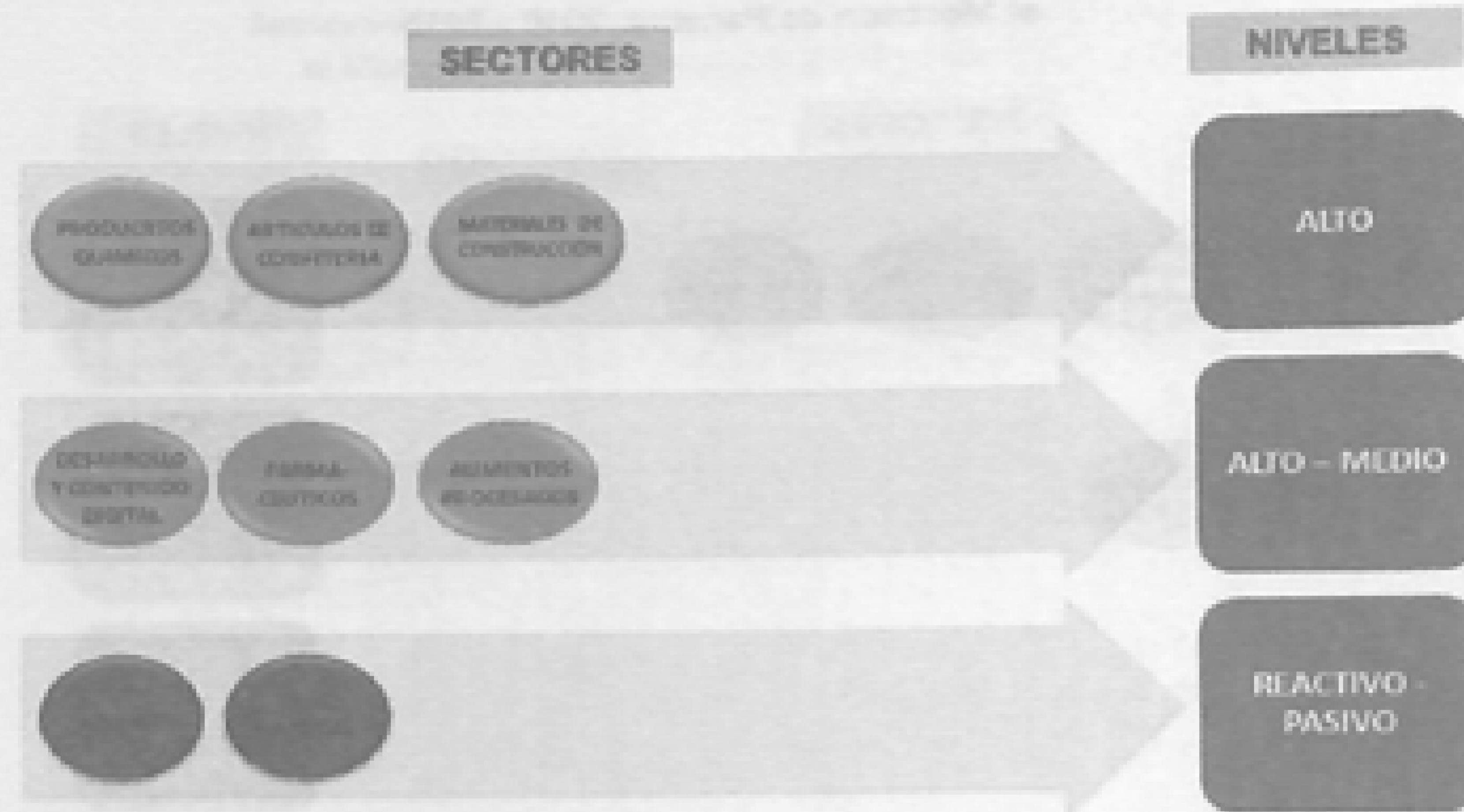
Fuente: Elaboración propia en base a COMTRADE

Gráfica 16

El diagrama de la gráfica 17 muestra la prioridad con las que los sectores con mayor potencial de éxito en el mercado de Perú. Para este efecto, se consideraron tres niveles 1) Alto, 2) Alto - Medio y 3) Reactivo - Pasivo. Por ende se sugiere que los sectores identificados pueden ser promovidos con estrategias integrales con estos niveles de prioridad.

Gráfica 17

Sectores Recomendados de Oportunidad para Impulsar al Mercado de Perú, 2010 - 2015



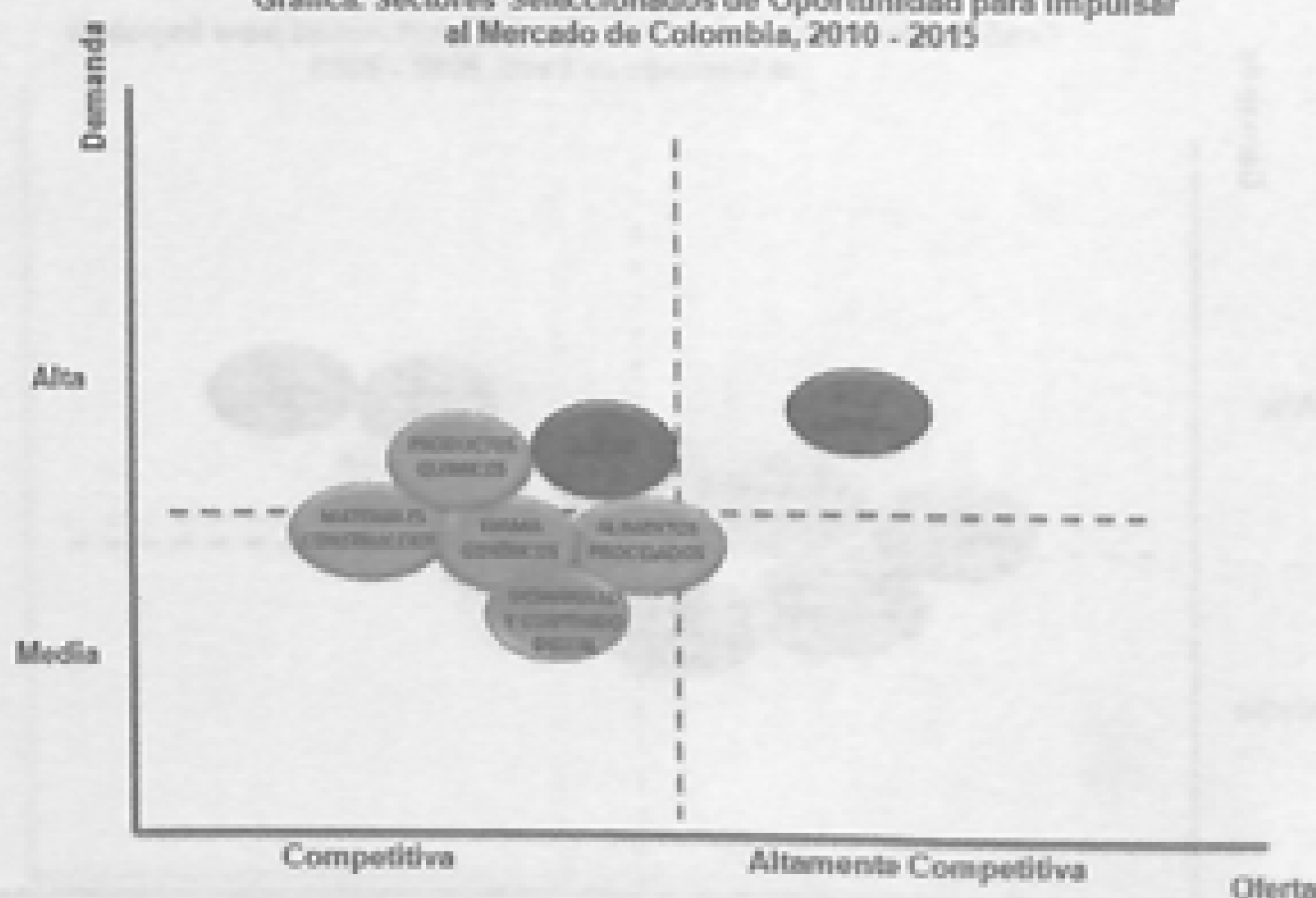
Fuente: Elaboración propia.

h. Mercado de Colombia

La gráfica 18 muestra el resultado de la matriz sector-mercado desarrollada específicamente para Colombia utilizando el modelo de la Matriz de Mckinsey utilizando las variables anteriormente descritas. Estos son considerados los sectores de exportación de Guatemala con mayor potencial de existir en este mercado.

Gráfica 18

Gráfica. Sectores Seleccionados de Oportunidad para Impulsar al Mercado de Colombia, 2010 - 2015

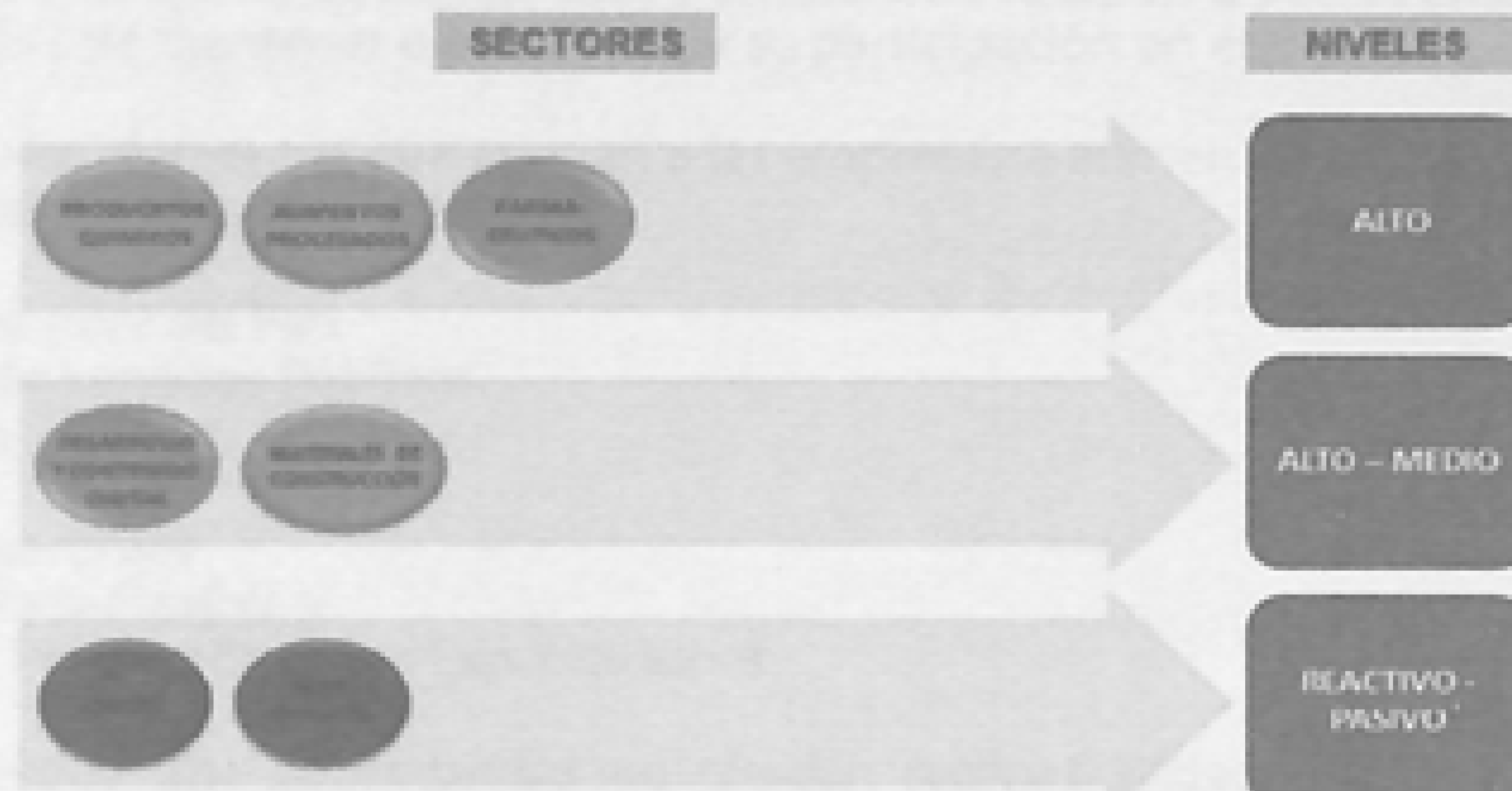


Fuente: Elaboración propia en base a COMTRADE

El diagrama de la gráfica 19 muestra la prioridad con la que los sectores con mayor potencial de éxito en el mercado de Colombia. Para este efecto, se consideraron tres niveles 1) Alto, 2) Alto – Medio y 3) Reactivo – Pasivo. Por ende se sugiere que los sectores identificados pueden ser promovidos con estrategias activas e integrales con estos niveles de prioridad.

Gráfica 19

Sectores Recomendados de Oportunidad para Impulsar al Mercado de Colombia, 2010 - 2015



Fuente: Elaboración propia.

Se nota e insiste que estos mercados, sectores y niveles de prioridad deben ser revisados y revaluados cada cuatro o cinco años.



INFORMACIÓN

El presente informe tiene como objetivo principal proporcionar información relevante sobre el diagnóstico de comercio exterior e inversiones en Guatemala. El análisis se basa en datos estadísticos y estudios de mercado que permiten identificar oportunidades y desafíos en el sector. Los resultados indican que el comercio exterior sigue siendo un pilar fundamental para la economía guatemalteca, aunque enfrenta ciertos obstáculos que requieren atención prioritaria. Asimismo, el sector de inversiones muestra un potencial significativo para atraer capital extranjero y fomentar el desarrollo económico sostenible.

CONCLUSIONES

El comercio exterior de Guatemala continúa siendo un pilar fundamental para su economía, aunque enfrenta desafíos significativos en términos de competitividad y acceso a mercados internacionales. Asimismo, el sector de inversiones muestra un potencial considerable para atraer capital extranjero y fomentar el desarrollo económico sostenible.



El comercio exterior de Guatemala continúa siendo un pilar fundamental para su economía, aunque enfrenta desafíos significativos en términos de competitividad y acceso a mercados internacionales.

El sector de inversiones muestra un potencial considerable para atraer capital extranjero y fomentar el desarrollo económico sostenible.

El presente informe tiene como objetivo principal proporcionar información relevante sobre el diagnóstico de comercio exterior e inversiones en Guatemala. El análisis se basa en datos estadísticos y estudios de mercado que permiten identificar oportunidades y desafíos en el sector.

CONCLUSIONES

El comercio exterior de Guatemala continúa siendo un pilar fundamental para su economía, aunque enfrenta desafíos significativos en términos de competitividad y acceso a mercados internacionales.

5. Análisis de la brecha entre la oferta y demanda de servicios

Antecedentes

El gran reto que las empresas exportadoras enfrentan, es lograr mantener y aumentar su participación en los mercados internacionales donde comercializan sus productos y/o servicios. Este reto es alcanzado únicamente si las empresas logran mantener su ventaja competitiva en ese mercado y ante la competencia. Esta competitividad es el conjunto de habilidades y condiciones requerido por las empresas para el ejercicio de la capacidad sustentable de mantener o incrementar su participación en el mercado.

Dentro de los principales elementos que ayudan a las empresas a aumentar el nivel de competitividad en los mercados se pueden mencionar las siguientes:

- Apertura Económica del País
- Privatización de Servicios Públicos
- Desregulación
- Educación
- Acuerdos Comerciales
- Política Cambiaria Flexible y
- Estrategias de Promoción de las Exportaciones

También se debe prevenir que las empresas no pierdan competitividad internacional. Existen tres causas principales por las que las empresas pueden llegar a perder su competitividad, siendo estas:

- Erosión de preferencias por proliferación de acuerdos comerciales. Existe un incremento fuerte de acuerdos comerciales, en especial TLC's entre naciones y/o bloques que hace que contar con un TLC's ya no sea la fortaleza o ventaja competitiva que pudo ser anteriormente.
- Fuerte competencia de países emergentes y
- Obstáculos estructurales internos.

Dentro de las estrategias de promoción de las exportaciones que deben existir para promover el crecimiento de la oferta exportable y elevar las ventajas competitivas de las empresas exportadoras se pueden mencionar las siguientes:

1. Información Comercial / Inteligencia de Mercados
2. Capacitación
3. Asesoría Técnica
4. Promoción Internacional y
5. Servicios Financieros

A la vez, se comprende que no todas las empresas exportadoras tienen el mismo nivel, capacidad y/o madurez, por lo que se hace necesario dividir a las empresas exportadoras en diferentes niveles. Se definen entonces tres principales escalas de exportación:

1. **El Exportador Inicial**, debe contar con los siguientes servicios para incursionar algún mercado objetivo:

- completa información
- capacitación
- asistencia técnica
- asesoría completa

2. **El Exportador Intermedio**, además de los cuatro servicios anteriores deberá contar con los siguientes servicios para aumentar su ventaja competitiva:

- apoyo a misiones y eventos internacionales
- crédito y garantías

3. **El Exportador Consolidado**, además de contar con los seis servicios anteriores deberá contar con los siguientes servicios para aumentar su ventaja competitiva:

- asesoría para diversificar mercados y productos
- apoyo de una banca de inversión
- otros servicios financieros de apoyo

Para efectos del presente análisis, se revisaron las herramientas de promoción de las exportaciones que en Guatemala se ofrecen y aquellas que los empresarios demandan. Cabe mencionar, que para alcanzar un mayor grado de especificidad, cada una de las 31 Fichas Técnicas de Sectores y Subsectores contienen un análisis específico de la Brecha de Oferta y Demanda de Servicios de apoyo al exportador del el sector en análisis.

Como primer paso se analizaron todas aquellas instituciones del sector Público, Privado o Público-Privado que brindan servicios especializados a promover la competitividad de las empresas de Guatemala para que éstas incursionen nuevos mercados, logren mantenerse y/o incrementen sus participaciones en mercados ya penetrados⁸.

A continuación se describen los principales hallazgos, conclusiones y algunas consideraciones preliminares encontradas los servicios de apoyo al sector del comercio exterior del país.

a. Información Comercial

Los servicios de información comercial como herramienta para la promoción de las exportaciones debe tener énfasis en aquellos servicios dedicados a la información convertida en inteligencia o conocimiento que pueda ser utilizada por las empresas o sectores determinado como base para la toma de decisiones sobre sus productos, empresas, sectores, mercados y clientes. Dentro de estos servicios podemos mencionar aquellos relacionados con comportamientos de mercados y sectores, estadísticas de comercio exterior, regímenes arancelarios y preferencias comerciales, oportunidades de negocios, datos de clientes, directorios y catálogos para apoyar a los empresarios a exportar más y mejor.

De los organismos e instituciones que realizan esfuerzos de información comercial, tradicionalmente solo algunos del sector privado convierten ésta en inteligencia o conocimiento de apoyo al sector empresarial. Regularmente esta inteligencia se genera por demanda y no en forma sistematizada y accesible a todos, ya que es generada como un valor agregado y de especial interés, para los asociados de cada institución. Durante el último año, el Ministerio de Economía (MINECO) ha realizado avances estratégicos significativos, dirigidos y enfocados al fortalecimiento de este servicio, enmarcado dentro del Organismo de Promoción.

Es necesaria la creación de un sistema o unidad nacional de información comercial e inteligencia de mercados que apoye especialmente al exportador inicial y exportador intermediario. Este sistema puede pertenecer al estado o ser descentralizado y debe asegurar su flujo de calidad y cantidad de la información y de los investigadores que realizarán el acompañamiento o asesoría al exportador. Por ende, es necesario continuar apoyando el fortalecimiento de los acciones ya desarrolladas por MINECO.

Se recomienda que la información general esté disponible a todos y puede ser de acceso gratuito, pero la inteligencia, asesoría y acompañamiento debe ser un servicio de valor agregado, a empresas previamente evaluadas para medir su capacidad de preparación, y deberá tener un costo que apoye la sostenibilidad y calidad del servicio. Se puede considerar una escala de costos dependiendo del nivel o tamaño de la empresa.

Las empresas que reciben servicios avanzados de parte de esta unidad deben ser precalificadas y se recomienda que el servicio sea integral, acompañado de otros servicios como capacitación, asistencia técnica y/o promoción internacional especialmente en el caso del exportador inicial, con una visión de creación de nuevos exportadores y la consolidación de exportadores existentes en nuevos mercados. Al precalificarlas, se recomienda el diseño de un plan de internacionalización de las empresas que permita un apoyo y seguimiento sistemático.

⁸ El Análisis completo de la Brecha entre la Oferta y la Demanda de Servicios puede consultarse en el Documento identificado como Fase II, Diagnóstico, Inciso 6 (páginas 492 – 514 y 547 – 552).

Las instituciones del sector privado pueden trabajar en coordinación con esta unidad precalificando y recomendando a las empresas y proveyendo servicios complementarios que apoyen el plan de internacionalización de la empresa. Se debe dar énfasis a la demanda de los mercados en materia de productos y servicios y no hacia lo que las empresas ofrecen.

La unidad debe tener un centro de información físico y otro virtual que contenga información básica para los empresarios (bases de datos, estadísticas, estudios de mercados, estudios de sectores, estudios de regiones, etc.) con una sección de acceso general sin costo.

Es importante contar con una unidad que asegure continuidad y calidad en el servicio, por lo que se deben ubicar los fondos necesarios.

La información comercial e inteligencia de mercados primaria ⁹ existente está disponible solamente en los mercados donde el PACIT tiene presencia, realizando el Agregado Comercial esta labor en forma reactiva y no sistematizada. Esto limita la información y/o inteligencia primaria solamente a siete mercados muy específicos. Las Misiones Diplomáticas de Guatemala en el exterior pueden asignar a un funcionario que realice estas funciones contra demanda de la unidad. Este funcionario deberá ser capacitado adecuadamente para cumplir esta función.

Se recomienda la facilitación de información y asesoría directa en materia de logística del comercio internacional que pueden incluir, pero no limitarse a: bases de datos, cotizaciones, envío de muestras, bolsa de tarifas para PYMES a través de alianzas con las empresas del clúster, entre otros.

CONSIDERACIÓN PRELIMINAR

El país dispone de organismos e instituciones que manejan información comercial, pero la brecha existente se refleja en las pocas iniciativas destinadas al manejo y transformación de esta información a inteligencia de mercados y conocimiento que sea aprovechada y utilizada por el sector empresarial. Es necesaria la creación de un sistema nacional de información comercial e inteligencia de mercados que apoye especialmente al exportador inicial y exportador intermediario. Este sistema puede pertenecer al Estado o ser descentralizado y debe asegurar el manejo y flujo adecuado, tanto de la calidad y cantidad de la información, la cual debe estar disponible para todos, como de los investigadores o personal calificado que realicen el acompañamiento o asesoría directa e integral a empresas con capacidad y/o potencial exportador.

Las instituciones del sector privado deben trabajar en coordinación con esta unidad precalificando y recomendando a las empresas y proveyendo servicios complementarios que apoyen los planes de internacionalización de las mismas. Este servicio debe también ser complementado con información primaria de las oficinas del PACIT y con funcionarios capacitados para este fin que pudieran ubicarse en las Misiones Diplomáticas del país.

La estrategia de información comercial e inteligencia de mercados debe orientarse más hacia la demanda de los mercados y no hacia la oferta de las empresas del país.

b. Capacitación

En los servicios de capacitación para la promoción de las exportaciones, el énfasis se hace en aquellos servicios especializados que apoyen y/o faciliten la formación de los recursos humanos de las empresas exportadoras y sector público en temas relacionados al comercio exterior a través de cursos, seminarios, diplomados y programas universitarios.

En Guatemala existen esfuerzos importantes en materia de capacitación como herramienta al desarrollo de las exportaciones, especialmente en el sector privado. Estos esfuerzos no son complementarios con otros servicios

⁹ Se define como información e inteligencia primaria, aquella que es recopilada, investigada y reportada por una persona o empresa físicamente en el mercado objetivo.

de desarrollo del comercio exterior y tampoco responden a una política de desarrollo de sectores, regiones y/o mercados prioritarios.

Existe una oferta satisfactoria de servicios de capacitación a nivel universitario y de post-grado en materia de comercio exterior y no existe brecha en estos niveles superiores de educación.

Los esfuerzos en las capacitaciones deben ser parte de un programa integral y, de preferencia, de un plan de internacionalización de las empresas a nivel inicial e intermedio.

Se recomienda considerar la creación de una unidad de capacitación descentralizada en temas de comercio exterior a nivel técnico, enfocado al fortalecimiento del recurso humano de las empresas exportadoras, con especial énfasis a aquellas en nivel inicial e intermedio.

Las instituciones que actualmente poseen un programa de capacitación de las exportaciones deben continuar sus esfuerzos y buscar sinergias a las estrategias de sector-mercado de la nueva política de comercio exterior.

Se recomienda considerar la creación de un programa de formación exportadora que tenga como objetivo la creación de una cultura exportadora en el país. Este puede tener su base en línea, dirigido especialmente a aquellas empresas que aún no exportan y aquellas que están en estado inicial.

No existe en Guatemala un programa de capacitación en materia de información comercial e inteligencia de mercados. Este debe ir de la mano con la unidad de información comercial e inteligencia de mercados que ya se ha ubicado y se desarrolla dentro de la Agencia de Promoción.

El pensum de INTECAP debe buscar acoplarse, en la medida de lo posible, a los sectores definidos prioritarios, en las regiones identificadas y en los niveles que cada sector lo necesite.

CONSIDERACIÓN PRELIMINAR

En Guatemala existen esfuerzos importantes en materia de capacitación como herramienta al desarrollo de las exportaciones, una muy buena oferta de servicios de capacitación a nivel universitario y de post-grado en materia de comercio exterior y en algunas instituciones públicas y privadas especializadas. Sin embargo todas estas iniciativas no responden a una política de desarrollo enfocada en sectores, regiones y/o mercados prioritarios, que dirijan a las empresas en forma integral y metodológica, según niveles de desarrollo y capacidades, hacia mercados exteriores priorizados.

Para responder a esta brecha se recomienda la creación de una unidad de capacitación descentralizada y de coordinación de las diferentes instancias proveedoras de servicios de capacitación, que promueva programas formativos y contenidos académicos dirigidos hacia los sectores definidos como prioritarios, en las regiones identificadas y en los niveles que cada sector lo necesite; que impulse la formación de un programa que tenga como objetivo la creación de una cultura exportadora; que apoye la formación técnica del recurso humano de las empresas exportadoras y que contemple la creación en Guatemala de un programa de capacitación en materia de información comercial e inteligencia de mercados.

c. Asistencia Técnica

Para los servicios de asistencia técnica como herramienta de promoción de las exportaciones, el énfasis es en aquellas asistencias que apoyen a las empresas en la solución de problemas de tecnología, diseño o calidad de sus productos y para que instrumenten acciones de mejora que eleven la productividad de las empresas. Los tipos de apoyo son aquellos servicios dirigidos hacia la mejora en los procesos productivos y las adaptaciones para que los productos cumplan con las legislaciones, normativas y exigencias de los mercados objetivos, facilitando y/o asegurando el acceso a los mercados internacionales.

En Guatemala existe una oferta significativa de Asistencia Técnica dirigida a promover la competitividad de las empresas en búsqueda de mercados en el exterior. En su mayoría está dirigida a PYMES rurales en el sector agrícola, en especial al sector de vegetales.

Los esfuerzos en materia de asistencia técnica con énfasis al comercio exterior son diversos, dispersos y administrados y ejecutados por múltiples organizaciones e instituciones. Por ende, no son coordinados y administrados por una sola unidad.

Se recomienda la creación de una unidad de Asistencia Técnica dentro del marco del nuevo Organismo de Promoción, que esté dirigida y dedicada únicamente al fortalecimiento de la inteligencia de mercados, capacitación, promoción internacional y servicios financieros, con énfasis en las PYMES exportadoras a nivel inicial e intermedio.

Se recomienda que esta unidad de Asistencia Técnica tenga un programa integral de preparación de oferta de bienes y servicios de las empresas exportadoras, o por exportar en nivel inicial, que las prepare a penetrar los mercados objetivos efectivamente. Esta asistencia debe incluir un plan completo de internacionalización de la empresa seleccionada. Se debe evaluar la posible descentralización de este servicio, así como la unificación de varias empresas con el mismo bien o servicio para mejorar la capacidad de la oferta exportable.

La falta de existencia de una agencia nacional de promoción al comercio exterior, jurídicamente instituida, no permiten que ésta pueda captar y maximizar los diferentes programas de cooperación internacional en materia de asistencia técnica disponibles para el sector.

AGEXPORT y otras Organizaciones no Gubernamentales (ONG's) proveen asistencia técnica enfocada a que las empresas eleven su nivel de productividad y promueven el servicio entre sus asociados reportando muy buenos resultados. Se debe apoyar el fortalecimiento de este tipo de asistencias, que son costosas, pero el beneficio para las empresas es importante.

La asistencia técnica que provee Programa Integral de Protección Agrícola y Ambiental (PIPAA), para que las empresas del sector agrícola cumplan con las legislaciones de los mercados internacionales es crítica y es un programa que debe continuar y ser fortalecido. Es el ente de Gobierno de Guatemala que reconocen los Gobiernos de los países destino apoyando el cumplimiento de los exportadores en materia de certificaciones fitosanitarias.

En Guatemala no existe suficiente oferta y hay mucha demanda y necesidad en materia de asistencia técnica en Investigación, Desarrollo e innovación (I & D + i). Se hace necesario apoyar, especialmente a las empresas PYMES en nivel inicial e intermedio, para que mejoren su competitividad, tanto en el mercado local como internacional. Se debe evaluar la creación de una unidad, o unidades por sector, de I & D + i descentralizada que cierre la brecha existente con especial énfasis en innovación.

A nivel del sector privado organizado, en algunos sectores como las artesanías, se han realizado exitosamente esfuerzos en materia de diseño de productos, innovación y mejoras en procesos productivos, entre otros. Esta asistencia técnica debe ser fortalecida en forma complementaria con otros servicios de inteligencia de mercados, capacitación, promoción internacional y acceso a capitales.

CONSIDERACIÓN PRELIMINAR

En Guatemala existe una oferta significativa de asistencia técnica dirigida principalmente a PYMES rurales en sectores agrícolas (vegetales especialmente) y de artesanía. Los esfuerzos en materia de asistencia técnica con énfasis al comercio exterior son diversos, dispersos y administrados y ejecutados por múltiples organizaciones e instituciones (MAGA, MINECO, AGEXPORT, PIPAA, INTECAP, entre otras). Adicionalmente, no existe suficiente oferta y hay mucha demanda y necesidad en materia de asistencia técnica en Investigación, Desarrollo e innovación (I & D + i).

Se recomienda la creación de una unidad especializada en asistencia técnica dentro del marco del Organismo de Promoción, que coordine y maximice los diferentes programas de cooperación internacional en materia de asistencia técnica disponibles. Esta debe promover entre las diferentes instituciones proveedoras de servicios

de asistencia técnica para el sector exportador, un programa integral de preparación de oferta de bienes y servicios de las empresas exportadoras, preparándolas a penetrar los mercados objetivos efectivamente.

d. Promoción Internacional

El servicio de promoción internacional para el apoyo al desarrollo del comercio exterior se enfoca en ofrecer productos y servicios que apoyen la internacionalización de las empresas, facilitando el acceso y presencia en los mercados internacionales.

Dentro de los principales servicios de promoción internacional al comercio exterior podemos mencionar:

- Promoción de la oferta exportable
- Detección de oportunidades comerciales
- Elaboración de agendas de negocios
- Misiones comerciales directas o inversas
- Eventos nacionales e internacionales
- Investigación y acceso a los canales de comercialización
- Investigación de cadenas logísticas
- Campañas de imagen
- Centros de negocios
- Elaboración y/o distribución de catálogos

En Guatemala se realizan esfuerzos importantes en materia de promoción internacional de los bienes de las empresas en algunos mercados internacionales. Tradicionalmente, estos esfuerzos han sido liderados principalmente por el sector privado con apoyo inconsistente del sector público y son realizados tanto a nivel nacional como internacional. En el último año, el MINECO ha realizado avances estratégicos significativos, dirigidos y enfocados al fortalecimiento de este servicio, enmarcado dentro del Organismo de Promoción.

El abanico de servicios de promoción internacional debe ofrecerse a los empresarios como parte de un plan integral de internacionalización de las empresas previamente seleccionadas y según su nivel de madurez en la escala de exportación, sea este inicial, intermedio o consolidado.

El PACIT ha jugado un rol importante y relevante, como un esfuerzo público-privado, que ha permanecido en el tiempo, aunque no ha logrado crecer en número de oficinas en el exterior, ni expandir sus servicios en las oficinas existentes. Sin embargo, el trabajo realizado por las instituciones involucradas ha sido clave para el desarrollo del comercio exterior de Guatemala en los siete mercados con presencia. La reciente integración del PACIT al Organismo de Promoción, es sin duda, un paso en la dirección correcta y se recomienda apoyar y continuar con la institucionalización de esta nueva Agencia.

A través de los años, AGEXPORT ha sido proactiva y pionera en la producción de eventos de promoción a nivel nacional e internacional. Los eventos a nivel nacional han posicionado a Guatemala como líder en la región centroamericana en los sectores que promueve y apoyan grandemente el fortalecimiento de cada sector. Se recomienda continuar apoyando los esfuerzos de AGEXPORT en la producción de estos eventos nacionales.

Generalmente, la participación de Guatemala en ferias internacionales es liderada por alguna cámara empresarial, con un enfoque de pabellón país, y normalmente con algún apoyo del Estado. Se recomienda ubicar y asignar los fondos necesarios para que estas participaciones puedan ser de un pabellón de Guatemala, liderado por el Organismo de Promoción, siempre con un enfoque de pabellón país, con esfuerzos público-privados. Es importante lograr y mantener continuidad en la presencia de estos pabellones en los eventos internacionales.

De parte del sector empresarial, existe muy poca cultura de participación en eventos internacionales como ferias y/o misiones comerciales, especialmente en presupuestar y planificar estas actividades, por lo que los esfuerzos realizados pueden dar resultados de bajo impacto. En la mayoría de los casos, los empresarios esperan recibir un subsidio importante o relevante para su participación en estos eventos.

Se recomienda el diseño y puesta en marcha de un Customer Relationship Management (CRM) que permita dar seguimiento con mayor grado de impacto y precisión a las demandas y ofertas que se generan permanentemente.

Esta herramienta aumentará la capacidad de análisis, seguimiento, proyección de resultados, monitoreo y convocatoria a eventos, programas y aquellas actividades relacionadas.

Existe muy poco en materia de promoción internacional que apoye el sector de exportación de servicios. En aquellos servicios relacionados al sector de turismo, incluyendo turismo médico, se recomienda que el Organismo de Promoción, INGUAT y AGEXPORT realicen esfuerzos coordinados y unificados. Debe haber una estrategia especializada y coordinada para la promoción de otros servicios como los son los Contact Centers, BPO's, Software y servicios profesionales.

Las estrategias de promoción internacional deben ser definidas por la demanda externa y nichos de valor agregado, por la priorización de la oferta exportable, la identificación de mercados objetivos, la diversificación de los bienes y servicios de exportación y generación de nuevos exportadores.

Se hace necesario poder tener presencia comercial para la promoción internacional de los bienes y servicios en otros mercados, diferentes a aquellos donde se encuentran actualmente las oficinas del PACIT.

Como parte de una estrategia de Estado, se recomienda la creación de una imagen país unificada para los tres sectores: comercio exterior, IED y turismo, que forme parte de una estrategia internacional de posicionamiento nacional e internacional. Esta misma imagen país debe ser utilizada, e involucrar, a la mayor cantidad de interlocutores públicos y privados posibles, tanto nacional como internacional.

CONSIDERACIÓN PRELIMINAR

En Guatemala se realizan esfuerzos importantes en materia de promoción internacional, liderados principalmente por el sector privado con apoyos puntuales y no constantes del sector público. Generalmente, la participación de Guatemala en ferias internacionales es liderada por alguna cámara empresarial, con un enfoque de pabellón país, y normalmente con algún apoyo del Estado o cooperación internacional. Sin embargo, en el sector empresarial, existe poca cultura de participación en estos eventos internacionales, esperando el empresario en la mayoría de casos un subsidio importante para participar, por lo que los esfuerzos pueden ser de bajo impacto.

Se recomienda ubicar y asignar los fondos necesarios para que las participaciones se realicen de manera continua, liderado por el Organismo de Promoción, con esfuerzos público-privados y con un enfoque de pabellón país. Se recomienda el diseño y puesta en marcha de un CRM¹⁰ que permita un seguimiento con mayor grado de impacto y precisión a las demandas y ofertas comerciales y al análisis, seguimiento, proyección de resultados, monitoreo y convocatorias. Adicionalmente, diseñar una estrategia específica que apoye la promoción comercial de exportación de servicios, con énfasis en Contact Centers, BPO's, Software y servicios profesionales, así como turismo médico y comunitario con esfuerzos coordinados y unificados del INGUAT, Organismo de Promoción y AGEXPORT.

Por último, como parte de una estrategia de Estado, se recomienda la creación de una imagen país unificada para los tres sectores: comercio exterior, IED y turismo, que forme parte de una estrategia internacional de posicionamiento nacional e internacional.

e. Servicios Financieros

Los servicios financieros de apoyo a la promoción del desarrollo del comercio exterior se orientan a facilitarle a las empresas a acceder a servicios y productos financieros que le permitan mitigar su riesgo y aumentar su competitividad en el mercado internacional.

¹⁰ Customer Relationship Management.

Dentro de los productos y servicios financieros podemos mencionar:

- Capital de trabajo para ciclo productivo
- Ventas de exportación
- Proyectos de inversión
- Compras de unidades, tecnología y/o equipo
- Administración de Cartas de Crédito
- Garantías y avales
- Capital de riesgo
- Administración de contratos de futuros
- Banca de inversión
- Servicios fiduciarios
- Crédito internacional
- Tipos de cambios
- Mitigación de riesgos (seguros).

En lo que corresponde a los servicios y productos financieros que funcionen como herramienta que apoyen el desarrollo del comercio exterior de Guatemala, se puede generalizar que éstos son limitados y con dificultad de acceso, especialmente para la PYME exportadora.

En lo que se refiere a productos crediticios para proyectos de inversión, compras de unidades, tecnología o equipo y capital de trabajo, generalmente, la banca local exige algún tipo de garantía prendaria que sirva de colateral ante los créditos solicitados. Los altos costos en materia de intereses anuales aplicados por la banca local, hacen que las empresas exportadoras y sus productos o servicios pierdan competitividad.

Generalmente, los proveedores privados de estos servicios no aceptan maquinaria, equipo o contratos de compra como garantías, por lo que regularmente se debe presentar un bien inmueble que respalde y mitigue el riesgo del préstamo. Por ende, solamente tienen acceso a estos servicios aquellos exportadores o empresas que tienen disponibilidad de bienes inmuebles de alto valor. Normalmente estos servicios no son accesibles o, son muy difíciles de obtener por PYMES. Estas condiciones limitan de sobremanera la generación de nuevas empresas exportadoras y la expansión de las PYMES existentes y la competitividad de estas en los mercados locales e internacionales.

El programa existente bajo el fideicomiso de DACREDITO es de suma importancia para el desarrollo de las empresas del sector rural, especialmente para el sector agroindustrial. Los fondos son administrados en forma pública-privada. A pesar que DACREDITO funciona como fiduciario y garante de la empresa solicitante, la empresa incurre en dos costos relevantes: i) altas tasas de interés de parte de la banca nacional y ii) altas primas de los seguros de parte de las agencias mitigadoras de riesgo. Se debe reconocer que sin este fideicomiso los proyectos agrícolas en áreas rurales no podrían obtener créditos a través de la banca nacional, al menos que puedan garantizar éstos con bien(es) inmueble(s).

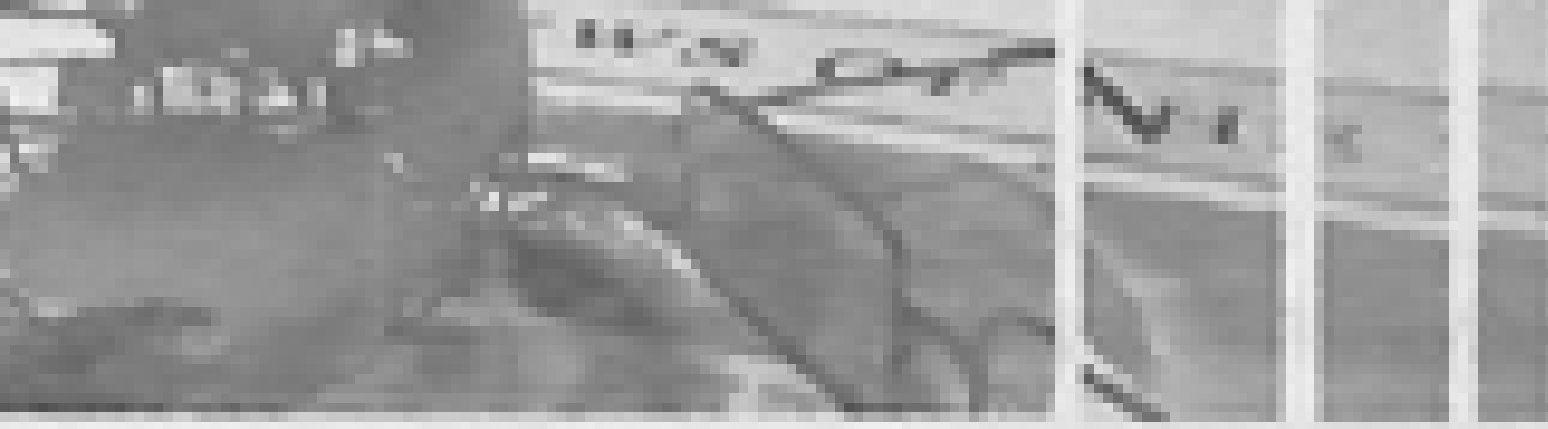
Se recomienda la formación de un fondo financiero de promoción y fomento a las exportaciones con énfasis a las PYMES en nivel inicial e intermedio. El fondo deberá apoyar las iniciativas de las empresas exportadoras de bienes y servicios de los sectores priorizados, para que estas mejoren su competitividad en los mercados internacionales. Las líneas de apoyo financiero a considerar pueden ser: mejoramientos en calidad, productividad, acceso a mercados, innovación, tecnología, asociatividad, entre otros. El fondo puede ser bajo un modelo de cofinanciamiento (matching grants) y tener partes reembolsables y no reembolsables. Se recomienda que este fondo sea parte del Ministerio de Economía y las empresas a cofinanciar sean parte de un programa integrado de desarrollo de las empresas exportadoras.

CONSIDERACIÓN PRELIMINAR

Se puede generalizar que los servicios financieros para apoyar la exportación, son limitados y de difícil acceso, especialmente para la PYME exportadora, por la garantía prendaria que la banca local exige, aunada a los altos intereses que repercuten en la competitividad de los productos y/o servicios. Esta condición provoca que solamente tengan acceso a estos servicios aquellos exportadores o empresas que tienen disponibilidad de bienes inmuebles de alto valor para utilizar como garantía.

El programa existente bajo el fideicomiso de DACREDITO es de suma importancia para el desarrollo de las empresas del sector rural, especialmente para el sector agroindustrial, sin embargo la empresa debe incurrir en los costos de las altas tasas de interés de parte de la banca nacional y las altas primas de los seguros de parte de las agencias mitigadoras de riesgo.

Se recomienda la formación de un fondo financiero de promoción y fomento a las exportaciones con énfasis a las PYMES en nivel inicial e intermedio. El fondo deberá apoyar las iniciativas de las empresas exportadoras de bienes y servicios de los sectores priorizados, para que estas mejoren su competitividad en los mercados internacionales.}



FOCUS

El análisis de los datos de comercio exterior de Chile muestra un crecimiento sostenido en los últimos años, impulsado por la recuperación de la demanda de los países socios de la Unión Europea y el fortalecimiento de los vínculos comerciales con Asia. Sin embargo, persisten desafíos como la volatilidad de los precios de las materias primas y la necesidad de diversificar la oferta exportadora. En este contexto, el diagnóstico de comercio exterior e inversiones busca identificar oportunidades y riesgos para el sector privado y las autoridades públicas.

El presente informe se estructura en tres partes principales. En primer lugar, se realiza un análisis de la evolución del comercio exterior chileno, destacando los principales socios comerciales y sectores de exportación e importación. Posteriormente, se examina el entorno de inversión en Chile, considerando factores como la estabilidad política, el marco regulatorio y las perspectivas de crecimiento. Finalmente, se ofrecen recomendaciones estratégicas para mejorar la competitividad del país y atraer inversión extranjera directa.

En el ámbito del comercio exterior, es fundamental fortalecer la capacidad de negociación de Chile en los espacios multilaterales, como el Sistema de Comercio Internacional de la Organización Mundial del Comercio. Asimismo, se debe promover la integración regional y el desarrollo de corredores comerciales que faciliten el intercambio de bienes y servicios. En materia de inversiones, es crucial simplificar los procedimientos de registro y otorgamiento de licencias, así como mejorar la transparencia y la seguridad jurídica para los inversionistas.

Además, se debe impulsar políticas que fomenten la innovación y el desarrollo de nuevas industrias, reduciendo así la dependencia de los recursos naturales. La promoción de la inversión extranjera directa en sectores estratégicos, como tecnología y servicios, puede contribuir significativamente al crecimiento económico a largo plazo. Por último, es esencial fortalecer el marco institucional que regula el comercio y las inversiones, asegurando un entorno favorable y predecible para los actores del sector.

En conclusión, el diagnóstico de comercio exterior e inversiones proporciona una visión integral de las oportunidades y desafíos que enfrenta Chile. A través de la implementación de las recomendaciones presentadas, se espera lograr un mayor dinamismo en el comercio exterior y una mayor atracción de inversiones, contribuyendo así al desarrollo sostenible del país.

II. Promoción de inversiones¹¹

Antecedentes

En un mundo tan dinámico al que nos enfrentamos hoy, se hace imprescindible que en Guatemala se procure el impulso y la promoción de la Inversión extranjera, con el objetivo de que la misma sea un canal de generación de empleo, transferencia tecnológica, diversificación económica para nuestro país, el desarrollo en los sectores productivos, el robustecimiento de la inversión nacional y la promoción del crecimiento económico.

Se realizó el Análisis Sectorial, en el cual se analizaron e identificaron oportunidades de Atracción de Inversión Extranjera Directa y Nacional, por medio de la clasificación de 6 sectores y 19 sub-sectores, con el objeto de observar el desenvolvimiento de los flujos de IED. Cabe señalar que, además de los sectores tradicionalmente conocidos, se incluyeron sectores como el de Infraestructura, Call Centers y el de Energía y Minas, ya que constituyen motores importantes de desarrollo para el país.

Para cada sector se investigó:

- Tendencias Mundiales y Regionales
- Dinámica Exportadora y Estructura del Sub-sector en Guatemala
- Dinámica del Clúster – Nivel de Competitividad, Oportunidades de Atracción de Inversión Extranjera Directa y Nacional
- Empresas Extranjeras del Sub-Sector en Guatemala
- Conclusiones del Potencial de Atracción de Inversión Nacional y Extranjera del Sub-Sector “Sujeto a Análisis”.

Se realizó lo anterior para obtener un Brief Sectorial que sirva de insumo para diseñar la Política de Atracción de Inversiones a Guatemala y el Plan de Acción para su implementación.

En la siguiente sección se realizó la Determinación de Mercados Prioritarios para la Atracción de IED (Análisis de Mercados), que tomara en cuenta también el análisis sectorial, clasificando a 16 países en 3 niveles: Potencial “Alto” de atracción IED (Valor asignado: 1), Potencial “Medio – Alto” de atracción IED (Valor asignado 2), Potencial “Reactivo-pasivo” de atracción IED (Valor asignado 3). Se realizaron sugerencias estratégicas para cada una de las clasificaciones y se identificaron factores importantes y mercados potenciales para Guatemala.

Por último, se llegó a las Conclusiones Sector-Mercado, las cuales responden al Análisis Sectorial y al Análisis de Mercados. Dentro del marco de las conclusiones, se enfatizó en los siguientes puntos: La Dinámica de Inversión y Comercio e Institucionalidad, Casos Recientes de IED en cada subsector, Oportunidades Detectadas de IED desde el país Objeto de Estudio hacia Guatemala.

Al acrecentar el ingreso por habitante se asegura la disminución de la pobreza. La manera más rápida de crecer, en términos económicos, es el incrementar la productividad y la tasa de inversión sostenida, por lo que Guatemala necesita aumentar enérgicamente su inversión en capital productivo (7% del PIB) y humano (5% del PIB), de acuerdo a estimaciones recientes de PRONACOM.

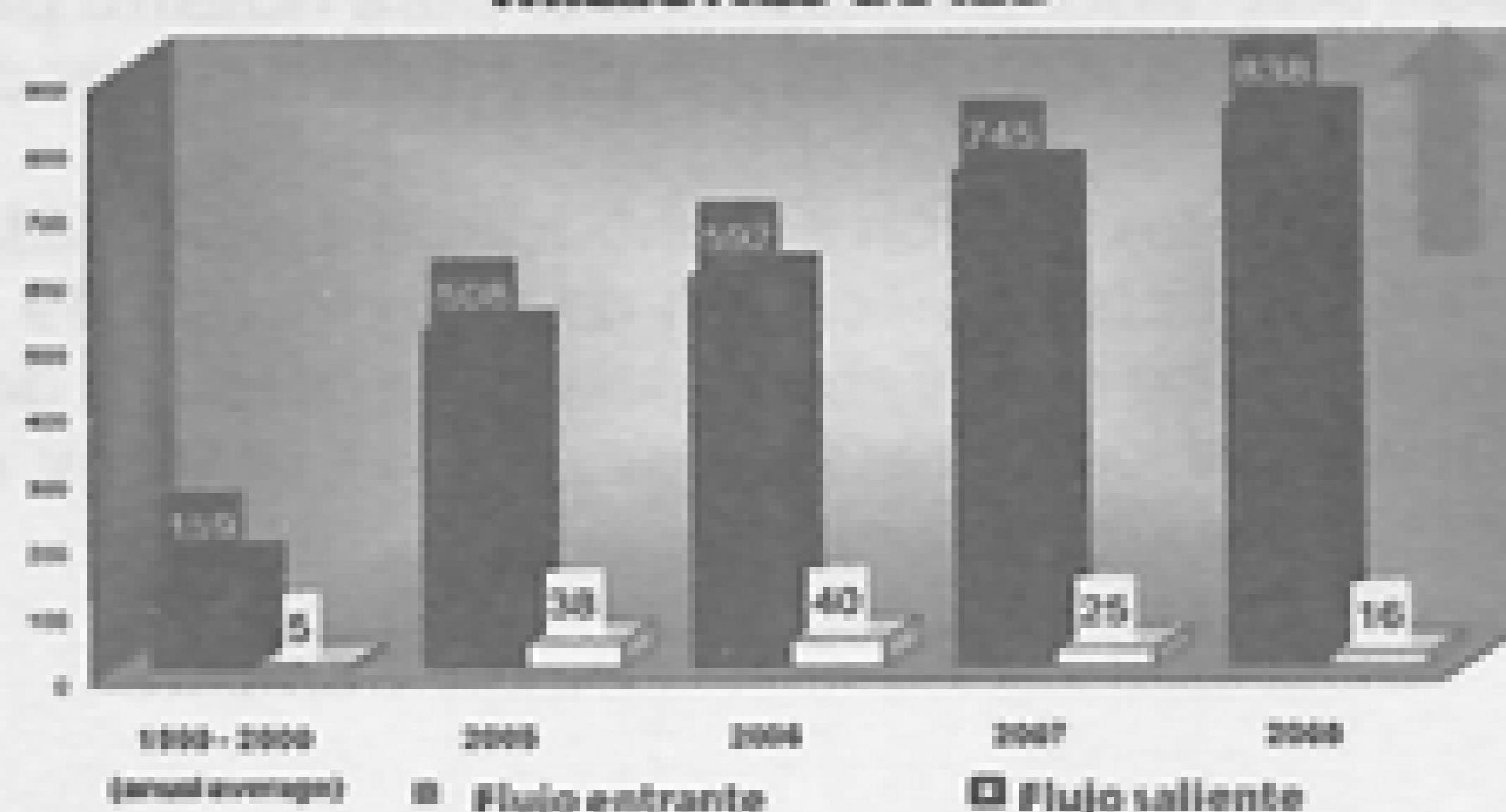
Ante lo anterior, se convierte en un desafío importante para el país el aumento de la tasa de inversión en un 7% anual, y de acuerdo a su conformación puede dividirse en un reto de liderazgo de gobierno (a través de la propuesta de proyectos intensivos en capital) y un reto del sector privado (por medio del mejoramiento en la productividad, la innovación, el fomento de PYMES rurales, entre otras medidas). Lo anteriormente descrito equivaldría según PRONACOM a captar inversiones anuales de IED de US\$ 1,100 millones, inversión nacional de al menos US\$ 800 millones e inversión pública de por lo menos US\$600 millones.

¹¹ Esta Sección se analizó a partir del ANEXO 2. Corresponde al entregable 4 del Plan de Trabajo.

Los proyectos intensivos en capital requieren una visión de país y liderazgo para que se puedan realizar, por lo que la captación de inversión en sectores como el de electricidad, el petrolero, el minero y de infraestructura son catapultas que contribuirán al despegue económico de nuestro país pero requieren de la definición clara y precisa de una Política Nacional de Minera, de Hidrocarburos y de Energía que las promueva.

El presente proyecto tiene por objeto conocer y definir a nivel sectorial, las potenciales oportunidades de atracción de IED hacia Guatemala desde distintos mercados y a partir de este análisis y diagnóstico tener elementos para facilitar la formulación de una propuesta de Política Integrada de Comercio Exterior y Atracción de la Inversión Extranjera de Guatemala para los próximos 5 años.

GUATEMALA PUEDE SUPERAR LOS \$1,000 MILLONES de IED



Durante el 2008, la IED para Latinoamérica y el Caribe incrementó en un 12%. Guatemala tuvo un crecimiento de flujo de IED de un 11%, pasando de US\$745 millones (2007) a US\$838 millones en el 2008.

1. Análisis de promoción de inversiones por sector y sub-sector ¹²

Dentro de este marco, para la identificación de Oportunidades de Atracción de Inversión Extranjera y Nacional se llevó a cabo el Análisis Sectorial, para determinar la dinámica de los flujos de IED de los siguientes 6 sectores y 19 sub-sectores en los que se observa potencial respecto a tendencias de IED:

1. Sector Agroindustrial, que se divide en los subsectores:

- a. Jugos y Bebidas
- b. Confitería
- c. Conservas, alimentos procesados y preparados
- d. Productos de Hule y Látex
- e. Madera, Muebles y Derivados

2. Sector Manufacturas, compuesto por los subsectores:

- a. Telas, Hilos y Accesorios de Vestuario
- b. Manufacturas de Plástico
- c. Materiales de Construcción
- d. Aparatos Eléctricos
- e. Metal-Mecánico

3. Sector Servicios, conformado por:

- a. Contact Center & BPO

4. Sector Energía y Minas, compuesto por los sub-sectores:

- a. Exploración y Explotación de Petróleo
- b. Exploración y Explotación de Oro y Minerales
- b. Generación, Transmisión y Distribución de Energía
5. Sector Infraestructura, dividido en:
 - a. Aeropuertos, Puertos y Vial
 - b. Agua y Saneamiento
 - c. Vial
 - d. Portuaria y Logística

6. Sector Turismo

Además de incluir sectores como el Agroindustrial, Manufacturas, Servicios y Turismo, se incluyen los sectores de Infraestructura y el de Energía y Minas, debido a que el país tiene un gran potencial de desarrollar nuevos proyectos en estos sectores, en los que se han detectado oportunidades de IED para explotación petrolera de nuevos pozos así como también se ha venido evaluando una posibilidad de construcción de una refinería que provea a la región Mesoamericana y la costa oeste de los Estados Unidos. También existe potencial de atracción de nuevas inversiones en la generación de energía renovable, geotérmica, eólica, hidroeléctrica y mini-hidroeléctricas así como en la transmisión y comercialización de electricidad donde destaca la más reciente inversión de origen colombiana; y en el tema de exploración de oro y otros minerales, también hay oportunidades de atracción de empresas establecidas en Chile, Perú y Colombia para la explotación minera especialmente en cuatro regiones del país. Cabe destacar que para que estas inversiones se concreten es necesario impulsar

¹² La información completa de Análisis Sectorial se encuentra en el documento ANEXO 2.

una Política Energética y Minera Nacional de Guatemala en la que diversos sectores coincidan de los beneficios de llevar a cabo estas inversiones con una responsabilidad social y ambiental que beneficie a las comunidades aledañas así como al país como un todo.

En el sector de Infraestructura se identifican oportunidades de concesión de la operación de aeropuertos, inversión público-privada en la construcción de carreteras para facilitar el transporte de contenedores, terminales de cruceros, centros logísticos y centros de exposiciones y de convenciones, parques industriales, la construcción de ejes troncales, modelos innovadores para acceso de agua, con operadores públicos, privados y de capital mixto, entre otros proyectos potenciales.

Para cada uno de los sectores con potencial de atracción de IED se analizó:

Tendencias Mundiales y Regionales¹³: para llevar a cabo este apartado, se investigaron las tendencias mundiales y regionales del sector a analizar. Para obtener información de primera mano en el caso de las tendencias regionales, se entablaron reuniones con diferentes actores e instituciones de significancia para el sector a investigar. Lo anterior se hizo para encontrar oportunidades y tendencias presentes que Guatemala pueda aprovechar.

Dinámica Exportadora y Estructura del Sub-Sector en Guatemala: dentro de este tema se analizaron sectores y los principales sub-sectores contenidos en el mismo sector. Lo anterior permitió distinguir la demanda existente de exportaciones, lo cual implica un conjunto importante de empresas nacionales y/o extranjeras las cuales dieran la pauta para salir a buscar dinámicamente la inversión. Cabe señalar que los sectores en la industria deben ser exitosos para que empresas extranjeras inviertan en el país.

Dentro de este análisis se emplearon datos de comercio entre Guatemala y otros países que participan en los sectores analizados. Se obtuvieron estadísticas comerciales de fuente primaria, provenientes de esta misma consultoría y en ciertas circunstancias, en las que estadísticas de comercio no concordaban con lo que debía analizarse, se utilizaron estadísticas provenientes de base de datos de COMTRADE.

Dinámica del Clúster – Nivel de Competitividad: para este apartado se hizo un análisis del nivel de competitividad a través de la investigación de la estructura de costos y de la estructura de recurso humano de las industrias de sectores analizados en Guatemala. Asimismo, se identificó el potencial (alto, medio o bajo), tanto de los potenciales insumos como de la oferta y disponibilidad de la mano de obra que requiere cada industria, con lo cual se puede evidenciar las ventajas del clúster para atracción de inversión.

Oportunidades de Atracción de Inversión Extranjera Directa y Nacional: Dentro de esta sección se identificaron oportunidades de inversiones nacional y extranjera, analizando sectores, sub-sectores y países potenciales "target" para la atracción de IED.

Empresas Extranjeras Sub-Sector objeto de análisis en Guatemala: En los casos que se pudo realizar, se analizaron empresas extranjeras que participaran en el sector, así como también sus fortalezas, sus limitaciones entre otros factores. Lo anterior se recabó por medio de investigación y en ciertas ocasiones a través de entrevistas a actores principales.

Potencial / Nichos de Atracción: Con base al anterior análisis, se identificaron las principales conclusiones por nicho, expresadas por medio de una matriz que expone las principales características del sector, los factores positivos y de oportunidad del sector, se identificaron los mercados objetivos de atracción de inversión así como los nichos por sub-sectores, entre las cuales se destacan: desarrollo de cultivos e industrias procesadoras, posicionamiento, producción, características de crecimiento, entre otros factores.

A través de dicho análisis, se obtiene un brief sectorial, que será de sustancial utilidad para el diseño de la Política de Atracción de Inversiones y el Plan Operativo y de Ejecución de la Agencia de Promoción de Inversiones (GTI).

¹³ Para mayor detalle, consultar documento ANEXO 2 "Elaboración de una Propuesta de Política Integrada de Comercio Exterior de Guatemala para el Ministerio de Economía (MINECO) y Elaboración de una Propuesta de Estrategia y Política para el Fomento de Inversión Productiva-Inversión Extranjera Directa-IED" en la sección Atracción de Inversiones.

DINÁMICA POR SECTOR

a. Agroindustria

OPORTUNIDADES DEL SECTOR	DINÁMICA EXPORTADORA	DIVERSIFICACIÓN MERCADOS EXPORTACIÓN	Nivel de Competitividad	IED recientes y/o Inversión Nacional	Potencial/Nichos de atracción
Jugos y Bebidas	<p>Aguas gaseosas (incluye agua mineral):</p> <p>Tasa crecimiento anual: 35% (período 2004-2008)</p> <p>Exportaciones (2008): USD 78 millones</p> <p>Jugos de fruta:</p> <p>Tasa crecimiento anual: 52% (período 2004-2008)</p> <p>Exportaciones (2008): USD 43 millones</p>	<p>Aguas gaseosas (incluye agua mineral):</p> <p>2002: 18 mercados</p> <p>2008: 36 mercados</p> <p>Jugos de fruta:</p> <p>2002: 12 mercados</p> <p>2008: 30 mercados</p>	Alto	Sí Big Cola – Perú Fersán - México	<ul style="list-style-type: none"> •Desarrollo de cultivos de maracuyá para elaboración de jugos de fruta. •Desarrollo de otros cultivos e industrias procesadoras como piña, mango y papaya para elaboración de jugos. Estas frutas principales productos tropicales a nivel mundial. Alto valor por tonelada.
Conservas, alimentos procesados y preparados	<p>Tasa crecimiento anual: 20% (período 2002-2008)</p> <p>Exportaciones (2008): USD 76 millones</p>	<p>2002: 12 mercados</p> <p>2008: 30 mercados</p>	Alto	No	<ul style="list-style-type: none"> •Industrias de purés de verduras para sopas, potajes o caldos preparados; purés de verduras esterilizados. Con especial énfasis en arveja, tomate y brócoli. •Desarrollo de cultivos de maracuyá para elaboración de purés esterilizados de fruta. •Otros cultivos: piña, mango y papaya para purés esterilizados. Alto valor tonelada.
Confitería	<p>Tasa crecimiento anual: 55% (período 2002-2008)</p> <p>Exportaciones (2008): USD 42 millones</p>	<p>2002: 13 mercados</p> <p>2008: 35 mercados</p>	Alto	Sí Colombia -Dulces Guate-México	<ul style="list-style-type: none"> •Empresas confiteras familiares tamaño pequeño-mediano en Estados Unidos y Canadá. •Posicionamiento de Guatemala como centro confitero mesoamericano.

DINÁMICA POR SECTOR

a. Agroindustria					
OPORTUNIDADES DEL SECTOR	DINÁMICA EXPORTADORA	DIVERSIFICACIÓN MERCADOS EXPORTACIÓN	Nivel de Competitividad	IED recientes y/o Inversión Nacional	Potencial/Nichos de atracción
Productos de Hule y Látex	<p>Tasa crecimiento anual: 38% (período 2002-2008)</p> <p>Exportaciones (2008): USD 200 millones</p>	<p>2002: 14 mercados</p> <p>2008: 27 mercados</p>	Alto	<p>Sí</p> <p>Invatex - Colombia</p>	<ul style="list-style-type: none"> •Producción de 81 mil toneladas métricas. Proveedor 8 a nivel mundial. •Calidad hule guatemalteco de las mejores del mundo junto a Malasia. •Plantas procesadores de productos derivados de látex (elásticos, guantes quirúrgicos, materiales quirúrgicos, globos, preservativos, entre otros) •78% producción hule Guatemala en manos pequeños productores - alto potencial promoción desarrollo rural sostenible y descentralización del país.
Madera, Muebles y Derivados	<p>Madera, puertas, tarimas</p> <p>Tasa crecimiento anual: 11% (período 2002-2008)</p> <p>Exportaciones (2008): USD 63 millones</p> <p>Muebles y sus partes:</p> <p>Tasa crecimiento anual: 12% (período 2002-2008)</p> <p>Exportaciones (2008): USD 42 millones</p>	<p>2002: 35 mercados</p> <p>2008: 56 mercados</p>	Medio - Alto	<p>Sí</p> <p>Empresa tarimas - Chile</p> <p>Empresa melanina</p> <p>Empresa Aglomerados</p>	<ul style="list-style-type: none"> •Por posición geográfica crecimiento de árboles menor que en otros países. •Guatemala tiene actualmente 800 mil ha madera. •Alta diversidad de tipos y especies de madera. •Industrias primarias procesamiento madera con búsqueda transferencia tecnología etapas corte y proceso primarios. •Industria secundaria muebles y sus partes, puertas, pisos y zócalos. •Industria Melanina

b. Manufacturas

OPORTUNIDADES DEL SECTOR	DINÁMICA EXPORTADORA	DIVERSIFICACIÓN MERCADOS EXPORTACIÓN	Nivel de Competitividad	IED recientes y/o Inversión Nacional	Potencial/Nichos de atracción
Telas, Hilos y Accesorios del Vestuario	<p>Prendas y Accesorios de vestir tejido de punto: Tasa crecimiento anual: 5% (período 2002-2008) Exportaciones (2008): USD 935 millones</p> <p>Tejidos de punto: Tasa crecimiento anual: 88% (período 2002-2008) Exportaciones (2008): USD 76 millones</p> <p>Prendas y Accesorios de vestir excepto los de punto: Tasa crecimiento anual: -9% (período 2002-2008) Exportaciones (2008): USD 271 millones</p>	<p>Prendas y Accesorios de vestir tejido de punto: 2002: 13 mercados 2008: 60 mercados</p> <p>Tejidos punto: No ha habido diversificación de mercados período 2002 – 2008. (9 mercados)</p> <p>Prendas y Accesorios de vestir excepto los de punto: 2002: 31 mercados 2008: 67 mercados</p>	Alto	No	<ul style="list-style-type: none"> -Cercanía mercados norteamericano, centroamericano y El Caribe - respuesta rápida hacia éstos. -Guatemala país Centroamérica con mayor número de fábricas de telas. -Sector potenciado por destrezas del personal en base experiencia previa. -Industrias fabricantes vestuario femenino: blusas tejido punto, pantalones y pantalones de algodón. -Existe nicho para Industrias fabricantes camisas deportivas para eventos como NBA y NFL (National Basketball Association y National Football League) -Co-inversiones nacionales y extranjeras para continuar crecimiento y expansión de marcas nacionales con participación mercado en Centroamérica. -Industrias Abrigos Lana. Alto crecimiento en segmento. -Industrias fabricantes de cortinas, cubrecamas, sábanas y edredones.
Manufacturas de Plástico	<p>Tasa crecimiento anual: 19% (período 2002-2008)</p> <p>Exportaciones (2008): USD 210 millones</p>	<p>2002: 32 mercados</p> <p>2008: 67 mercados</p>	Alto	No	<p>En orden de prioridad atracción IED como de re-inversiones:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Industrias artículos para el hogar y tocador de plástico. -Industrias tubos y accesorios. -Industrias envases, tapones y tapas. -Industrias placas, láminas y hojas. -Mercado nacional y regional en crecimiento demandando mayores volúmenes de producción.

DINÁMICA POR SECTOR

b. Manufacturas					
OPORTUNIDADES DEL SECTOR	DINÁMICA EXPORTADORA	DIVERSIFICACIÓN MERCADOS EXPORTACIÓN	Nivel de Competitividad	IED recientes y/o Inversión Nacional	Potencial/Nichos de atracción
Materiales de Construcción	Tasa crecimiento anual: 20% (periodo 2002-2008) Exportaciones (2008): USD 124 millones	2002: 28 mercados 2008: 46 mercados	Alto	Si Cementos Progreso –Inversión Nacional Empresa tejas EEUU	<ul style="list-style-type: none"> -Industrias fabricantes de materiales como tejas, paredes y cielos falsos para paneles de construcción. Transferencia tecnología para desarrollar productos con mayor valor agregado. -Industrias fabricantes de tubos de hierro y acero. -Industrias de construcción y sus partes.
Aparatos Eléctricos	Máquinas, aparatos y material eléctrico: Tasa crecimiento anual: 19% (periodo 2002-2008) Exportaciones (2008): USD 87 millones Pilas y baterías eléctricas de litio: Tasa crecimiento anual: 88% (periodo 2002-2008) Exportaciones (2008): USD 34 millones	2002: 29 mercados 2008: 63 mercados	Alto	Si Empresa ensamblaje computadoras	<ul style="list-style-type: none"> -Industrias ensamble teléfonos móviles y de otras redes inalámbricas. -Industrias ensamble computadoras. 60% computadoras existentes en el país, fueron ensambladas localmente. -Industrias fabricantes pilas y baterías eléctricas de litio. Ya sea co-inversiones ampliar instalaciones existentes o atracción IED.
Metal - Mecánico	Tasa crecimiento anual: 17% (periodo 2002-2008) Exportaciones (2008): USD 115 millones	2002: 38 mercados 2008: 64 mercados	Alto	Si FOGEL – inversión nacional	<ul style="list-style-type: none"> -Atracción IED en segmento de refrigeradores, congeladores y demás material y maquinaria para producción en frío.

DINÁMICA POR SECTOR

c. Servicios

OPORTUNIDADES DEL SECTOR	DINÁMICA EXPORTADORA	DIVERSIFICACIÓN MERCADOS EXPORTACIÓN	Nivel de Competitividad	IED recientes y/o Inversión Nacional	Potencial/Nichos de atracción
Contact Centers & BPO	NA	NA	Alto	Sí National Collection Office Inc (NCO) – EEUU Alcatel de Guatemala/ Alcatel Lucent – Francia Avalon – España Atento – España DIGITEX – España EMERGIA – España	<ul style="list-style-type: none"> • Empresas de Contact Centers. • Empresas Software • Back Offices • Corss-selling (ventas cruzadas) • Cold-calling (llamadas en frío) • Créditos y cobranza • Tech Support (soporte técnico)
Otros Servicios	NA	NA	Alto	Sí GRUPO BUREAU VERITAS - Francia	<ul style="list-style-type: none"> •Privilegiada posición geográfica •Se cuenta con infraestructura para empresas de servicios. •Capacidad eléctrica estable. •Campos atracción IED identificados: •Servicios de empresas •Servicios extra-aduanales •Tecnologías de la información •Sector formal empleo •Sector de construcción e inmobiliario (constructoras) •Servicios financieros •Servicios logísticos •Turismo salud y bienestar •Empresas certificadoras

DINÁMICA POR SECTOR

d. Energía y Minas					
OPORTUNIDADES DEL SECTOR	DINÁMICA EXPORTADORA	DIVERSIFICACIÓN MERCADOS EXPORTACIÓN	Nivel de Competitividad	IED recientes y/o Inversión Nacional	Potencial/Nichos de atracción
Petróleo	<p>Tasa crecimiento anual: 55% (período 2007-2008)</p> <p>Exportaciones (2008): USD 540 millones</p>	NA	Medio	<p>Sí</p> <p>PERENCO - Francia</p>	<ul style="list-style-type: none"> •Infraestructura desarrollada, permite crecimiento sostenido en la industria petrolera. •Atracción IED construcción refinería para proveer a región Mesoamérica y costa oeste de Estados Unidos.
Oro (Exploración y Explotación de Minerales)	<p>Tasa crecimiento anual: 665% (período 2005-2008)</p> <p>Exportaciones (2008): USD 261 millones</p>	<p>No ha habido diversificación de mercados.</p> <p>Exportaciones dirigidas únicamente a 2 mercados: Estados Unidos y México.</p>	Alto	<p>Sí</p> <p>GoldCorp/Montana Exploradora - Canadá</p> <p>Firestone Ventures- Canadá</p> <p>Chemun Corp./ Tenango Mining Corp. - Francia</p>	<ul style="list-style-type: none"> •Potencial para explotación minera en cuatro regiones. •Presencia de minerales como: yeso, carbonatos, petróleo, barita, mármol calcáreo y serpentina, jade, rocas industriales, esquistos, antimonio, plomo, cobre, zinc, plata, níquel, oro, níquel, estaño, entre otros. •Empresas de explotación plata, oro y sus concentrados.
Energía Eléctrica	<p>Tasa crecimiento anual: 4% (período 2006-2008)</p> <p>Exportaciones (2008): 76.04 GW</p>	Exportaciones dirigidas a 3 mercados únicamente: Honduras, El Salvador y México.	Alto	<p>Sí</p> <p>U.S. Geothermal Inc - EEUU</p> <p>Duke Energy- EEUU</p> <p>Jaguar Energy - EEUU</p> <p>Rodio Swissbo- ring Guatemala / Francia</p> <p>Unión Fenosa - España</p>	<ul style="list-style-type: none"> •Modelo marco regulatorio competitivo a nivel de generación y comercialización. •Inversión centroamericana con oportunidad posterior a exportación a través de SIEPAC. •Atracción de inversión energías renovables: geotérmica, eólica y mini-hidroeléctricas.

DINÁMICA POR SECTOR

e. Infraestructura

OPORTUNIDADES DEL SECTOR	DINÁMICA EXPORTADORA	DIVERSIFICACIÓN MERCADOS EXPORTACIÓN	Nivel de Competitividad	IED recientes y/o Inversión Nacional	Potencial/Nichos de atracción
Infraestructura	NA	NA	Alto		<ul style="list-style-type: none"> •Oportunidades de inversión Público – Privado. •Recientemente aprobada Ley de Alianzas para el Desarrollo de Infraestructura Económica. •Existencia Plan Multimodal de Obras de Infraestructura Prioritarias – PMOI -. Contempla desarrollo infraestructura aire, mar y tierra.
Vial	NA	NA	Alto	Si Marnos –México	<ul style="list-style-type: none"> •Radiales acceso para anillo metropolitano. •Desarrollo de los ejes troncales CA-2 (Occidente – Oriente) y CA-9 (Pacífico – Atlántico) •Fortalecimiento principales tramos carreteros y puntos fronterizos. •Construcción franja transversal del norte. •Ampliación red val existente y mejora vialidades.
Portuaria	NA	NA	Alto	Si	<ul style="list-style-type: none"> •Construcción terminales de contenedores, cruceros, graneles en puerto Sto. Tomás y Quetzal. •Mejoramiento infraestructura sistema portuario.
Aeroportuaria	NA	NA	Medio	Si Aeropuerto Internacional La Aurora	<ul style="list-style-type: none"> •El desarrollo del sistema aeroportuario como las mejoras en el aeropuerto La Aurora son 100% Gubernamentales.
Centros Logísticos	NA	NA	Alto	No	<ul style="list-style-type: none"> •Ubicación geográfica y condiciones naturales ideales para establecerse como Centro Logístico y de Servicios Regional. •Construcción Centros Logísticos APP.
Agua y Saneamiento	NA	NA	Alto	Si La inversión pública se ha duplicado en los últimos 4 años.	<ul style="list-style-type: none"> •Innovación en líneas de inversión de agua potable, saneamiento básico (letrinas) y agua para necesidades en diversos sectores productivos. •Modelos innovadores para mejorar el acceso al agua de manera sostenible. •Cerrar brecha entre la cobertura de los servicios de agua y saneamiento.

DINÁMICA POR SECTOR

f. Turismo

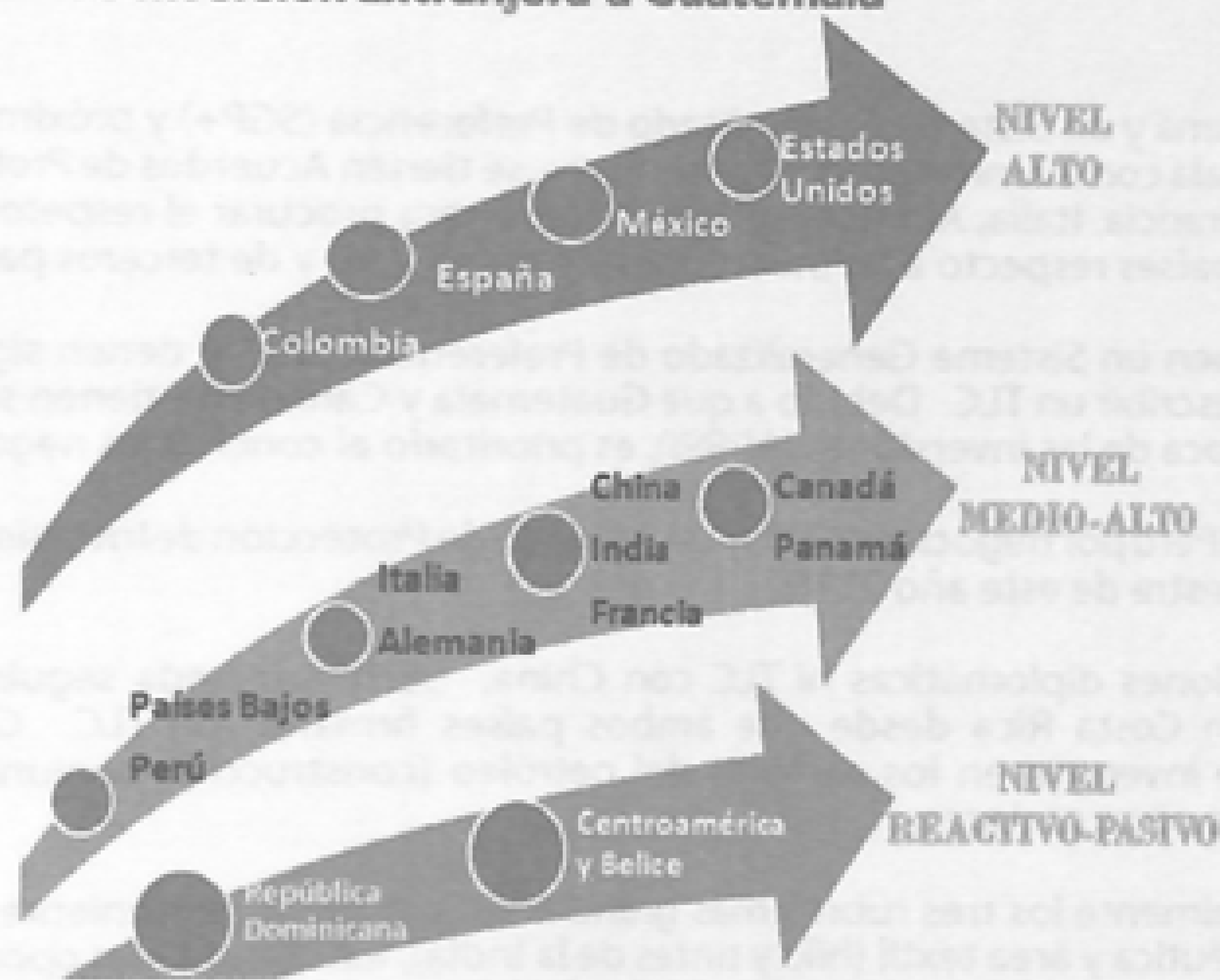
OPORTUNIDADES DEL SECTOR	DINÁMICA EXPORTADORA	DIVERSIFICACIÓN MERCADOS EXPORTACIÓN	Nivel de Competitividad	IED recientes y/o Inversión Nacional	Potencial/Nichos de atracción
Mundo Maya y Turismo Cultural	Turistas: Número de Turistas en el país (2009): 1.8 millones Tasa crecimiento anual: 17% (período 203-2009) Divisas: Divisas al país (2009) USD 1,298 millones Tasa crecimiento anual: 19% (período 203-2009)	NA	Alto	Sí El Mirador – nuevo descubrimiento ciudad Maya	-Política para el desarrollo turístico sostenible de Guatemala 2004 – 2014 -Ruinas de civilización Maya con centros arqueológicos más importantes: Tikal, El Mirador (más reciente).
Convenciones	Turistas: Número de Turistas en el país (2009): 1.8 millones Tasa crecimiento anual: 17% (período 203-2009) Divisas: Divisas al país (2009) USD 1,298 millones Tasa crecimiento anual: 19% (período 203-2009)	NA	Alto	Sí Grupo Accor – Hotel Mercure Hotel Camino Real en Antigua Guatemala	Nichos de atracción IED: -Servicios alimenticios y de bebidas -Servicios atención a ejecutivos de alto nivel -Líneas aéreas -Consultores en Turismo -Operadores receptivos
Otros Subsectores Turismo	NA	NA	Alto	No	Detección polos de Desarrollo: 1.Lago de Atitlán 2.Petén: Mundo Maya (Lago Petén Itzá) 3.Costa del Caribe: Lago de Izabal, Río Dulce y Playas del Caribe 4.Costa del Pacífico 5.Antigua Guatemala

2. Mercados prioritarios para la atracción de IED según su potencial

De acuerdo a la información del análisis sectorial (6 sectores) y de los 19 sub-sectores a la matriz resumen y ficha país, se elaboró en esta sección un cuadro con el resumen de los 16 países investigados, clasificándose respecto al potencial que presenta para la atracción de IED con base a la escala siguiente:

- Potencial “Alto” de atracción IED (Valor asignado: 1)
- Potencial “Medio – Alto” de atracción IED (Valor asignado 2)
- Potencial “Reactivo-pasivo” de atracción IED (Valor asignado 3)

Potencial de países para la Atracción de Inversión Extranjera a Guatemala



Países con potencial “Alto” de atracción IED (Valor asignado: 1)

En el caso de los países con “Alto” potencial de atracción IED (1), se sugiere el fortalecimiento de la institucionalidad presente entre ambos países, por lo que se propone lo siguiente: mayor presencia “in situ” a través de oficinas de atracción de IED de Guatemala, cámaras binacionales, Road Shows, la creación o fortalecimiento de oficinas de agregados comerciales guatemaltecos (PACIT), entre otras propuestas, para incentivar la búsqueda y el aumento de la atracción de IED a nuestro país.

Los países catalogados con valor “1”, o sea, mayor potencial de atracción de Inversión Extranjera Directa son:

1. Estados Unidos
2. México
3. España
4. Colombia

Está vigente un TLC con los países listados anteriormente, exceptuando España, país con el que se tiene un Sistema Generalizado de Preferencia (SGP+) y muy pronto se tendrá un Acuerdo de Asociación con la Unión Europea. Asimismo, está vigente con el país ibérico un Acuerdo de Protección Recíproca de las Inversiones

(APPRI), el cual brinda a los inversionistas guatemaltecos y españoles la certeza y seguridad referente al respeto y no discriminación de sus inversiones respecto a las inversiones de nacionales y de terceros países.

Países con potencial "Medio - Alto" de atracción IED (Valor asignado: 2)

En el caso de los países con potencial "Medio - Alto" para la atracción de IED (2), se sugiere: El mejoramiento de las relaciones comerciales y diplomáticas, el establecimiento de un TLC (como es el caso con Perú), Road Shows, realizar misiones exploratorias y periódicas a través de la oficina de atracción de inversiones de Guatemala (PACIT),

Los países que catalogados con valor "2", o sea potencial "Medio - Alto" para la atracción de Inversión Extranjera Directa son:

1. Canadá
2. Panamá
3. Perú
4. Países Unión Europea: Francia, Italia, Alemania y Países Bajos.
5. China
6. India

Se tiene un TLC con Panamá y un Sistema Generalizado de Preferencia (SGP+) y próximamente un Acuerdo de Asociación entre Guatemala con la Unión Europea. Asimismo, se tienen Acuerdos de Protección Recíproca de las Inversiones (APPRI) con Francia, Italia, Alemania y Países Bajos para procurar el respeto y no discriminación de las inversiones de estos países respecto a las inversiones de nacionales y de terceros países.

Guatemala y Canadá tienen un Sistema Generalizado de Preferencia (SGP) y tienen significativos avances en las negociaciones para suscribir un TLC. Debido a que Guatemala y Canadá no tienen suscrito aún un Acuerdo para la Protección Recíproca de las Inversiones (APRRI), es prioritario el concluir las negociaciones con Canadá.

Hay un enorme interés de Perú por negociar un TLC y un Acuerdo de Protección de Inversiones con Centroamérica, a partir del segundo semestre de este año 2010.

No se cuenta con relaciones diplomáticas ni TLC con China. Se recomienda seguir de cerca el desarrollo de la inversión China en Costa Rica desde que ambos países firmaron un TLC. China y Costa Rica han tenido acercamientos de inversión en los sectores del petróleo (construcción conjunta de una refinería), en telecomunicaciones entre otros sectores.

En el caso de India, actualmente los tres rubros más grandes de comercio proveniente de India son: vehículos (motos y tuc tuc), farmacéutica y área textil (hilo y tintes de la India), existiendo aún oportunidades de comercio no explotadas en los sectores de tecnología, automotriz, pisos, textil y farmacéutico (medicina ayurvédica). No existen ni TLC entre Guatemala e India ni se tiene un Acuerdo de Promoción y Protección Recíproca de Inversiones (APPRI O BITS por sus siglas en inglés) que dé a los inversionistas guatemaltecos e indios, la seguridad de que sus inversiones serán respetadas y no discriminadas frente a las inversiones de nacionales y de terceros países.

Países con potencial "Reactivo - Pasivo" de atracción IED (Valor asignado: 3)

Para mercados con potencial "Reactivo-Pasivo" en cuanto a la atracción de IED (3) se sugiere recibir a inversionistas interesados en el país por parte de la Oficina de Atracción de Inversiones y brindarles todo el apoyo para la atracción de IED en Guatemala.

Estos países clasificados con valor "3", potencial "Reactivo - Pasivo" para la atracción de IED son:

1. El Salvador, Honduras, Nicaragua y Costa Rica (CA - 4) y Belice
2. República Dominicana

Debido a su proximidad geográfica, frecuentemente conocen mejor el entorno político y económico y cuentan con redes empresariales de contacto con a través de las cuales realizan fusiones, adquisiciones y/o forman sus

empresas en Guatemala. Es importante señalar que hay mayor exportación de inversiones guatemaltecas hacia esos países respecto a lo que se registra de IED de esos países hacia Guatemala. Se ha tomado en cuenta a Chile, nación con la que se tiene un TLC y con la que hay potencial de atracción de IED, específicamente en los sectores de agroindustria y forestal, a pesar que no se encuentra dentro del análisis de los 15 mercados prioritarios, puesto que no hay una dinámica comercial preponderante que lo sitúe en esta clasificación.

Vale la pena mencionar a Brasil, país con el que hay potencial de atracción de inversiones en agroindustria e infraestructura, sin embargo no hay un TLC ni una dinámica comercial desarrollada.



El sector de servicios y el comercio exterior son dos de los pilares fundamentales de la economía chilena. En este contexto, el diagnóstico de comercio exterior e inversiones es una herramienta clave para identificar oportunidades y desafíos. Este informe analiza el desempeño del sector en los últimos años, considerando factores como el crecimiento económico, la integración regional y el impacto de la pandemia. Se exploran las tendencias actuales y se proyectan escenarios futuros, destacando la importancia de fortalecer la competitividad y diversificar las exportaciones para asegurar un desarrollo sostenible a largo plazo.

3. Países con potencial para la atracción de IED a Guatemala: nivel alto

a. ESTADOS UNIDOS DE AMERICA ¹⁴

1. DINÁMICA INVERSIÓN Y COMERCIO E INSTITUCIONALIDAD

- FLUJO IED 2005 – 2008: USD 971 MM (Fuente: BANGUAT)
- - PAÍS CON MAYOR FLUJO IED EN GUATEMALA
- CAFTA (2006)
- Oficinas Agregados Comerciales en EEUU (4 PACIT)
- AMCHAM (Guatemala, desde 1967)
- Servicio Departamento Comercio de EEUU “Red de Alianzas Comerciales” (GTA).

2. CASOS RECIENTES DE INVERSIÓN EXTRANJERA DIRECTA

- Duke Energy - Energía, desde 2001) - \$150 millones.
- Jaguar Energy (Subsidiaria Ashmore Energy International) - Energía, desde 1993 - \$650 millones.
- U.S. Geothermal – Energía - \$50 millones.
- De Royal – Artículos ortopédicos y quirúrgicos, desde 2001 - \$2 millones.
- National Collection Office Inc (NCO) – Call Center, nueva inversión – \$20 millones.
- American Airlines – Aerolínea, desde 1990, 20 años de operar.

3. OPORTUNIDADES DETECTADAS ATRACCIÓN DE IED DESDE ESTADOS UNIDOS A GUATEMALA:

- **Agroindustria:**
 - Confitería: empresas confiteras familiares, de tamaño pequeño-mediano en Estados Unidos.
 - Jugos y Bebidas
 - Conservas
 - Productos de Hule y Látex:
 - Plantas procesadoras de productos derivados de látex: elásticos, guantes quirúrgicos, materiales quirúrgicos, globos, preservativos, entre otros.
- **Madera, Muebles y Derivados**
 - Industrias primarias de procesamiento de madera de alta tecnología para la eficiencia en las etapas de corte y procesos primarios.
 - Industria secundaria de madera aserrada, puertas y tarimas
- **Manufacturas**
 - Telas, Hilos y Accesorios
 - Industrias de vestuario femenino: blusas de tejido de punto de mujer, pantalones y pantalonetas de algodón de mujer.
 - Industrias camisas para hombre y camisas deportivas (por ejemplo de la NBA y NFL, por sus siglas en inglés). **Nicho en prendas de respuesta rápida, especialmente en eventos deportivos con alto valor agregado.**
 - Co-inversiones crecimiento y expansión de marcas nacionales existentes con participación en mercado centroamericano.

¹⁴ Para consultar con mayor profundidad el tema, referirse al documento ANEXO 2 “Elaboración de una Propuesta de Política Integrada de Comercio Exterior de Guatemala para el Ministerio de Economía (MINECO) y Elaboración de una Propuesta de Estrategia y Política para el Fomento de Inversión Productiva-Inversión Extranjera Directa-IED” en la sección Conclusiones del Análisis por País de Oportunidades de Atracción de Inversiones.

- Empresas de Abrigos de lana
- Industrias de cortinas, cubrecamas, sábanas y edredones.
- **Manufacturas de Plástico**
 - Industrias fabricantes de artículos de hogar y tocador de plástico.
 - Industrias fabricantes de tubos y accesorios.
 - Industrias fabricantes de envases, tapones y tapas.
 - Industrias fabricantes de placas, láminas y hojas.
- **Materiales de Construcción**
 - Industrias fabricantes de tejas, paredes y cielos falsos para paneles de construcción.
 - Industrias fabricantes de Tubos de Hierro y Acero.
 - Construcción y sus partes
- **Aparatos eléctricos**
 - Empresas de Pilas y Baterías Eléctricas de Litio
 - Industrias de ensamble de teléfonos móviles y de otras redes inalámbricas para industrias.
 - Industrias de ensamble de computadoras.
- **Metal Mecánico**
 - Refrigeradores, congeladores y demás maquinaria para producción de frío.
- **Servicios**
 - Contact Centers: para mercado hispano parlante en el mercado americano.
 - Logísticos
 - Servicios de turismo de salud y bienestar
- **Turismo:**
 - Industrias conexas al segmento de Turismo Cultural: escuelas de Idiomas, servicios hoteleros, servicios de bebidas y alimentos, infraestructura relacionada con los sitios arqueológicos y coloniales.
 - Industrias conexas al segmento de Congresos, convenciones y viajes de incentivo: infraestructura de servicios alimenticios y de bebidas, servicios de atención a ejecutivos de alto nivel, consultores en turismo, operadores receptivos, instituciones académicas, guías de turismo, entre otros.
 - Nuevas líneas aéreas

Inversión en polos de desarrollo turísticos identificados: Costa del Pacífico, Río Dulce y Playas del Caribe, Lago Izabal, Lago de Atitlán, Lago Petén Itzá.

b. MÉXICO¹⁵

1. DINÁMICA INVERSIÓN Y COMERCIO E INSTITUCIONALIDAD

- FLUJO IED 2005 – 2008: USD 971 MM (Fuente: BANGUAT)
- SEGUNDO PAÍS CON MAYOR FLUJO IED EN GUATEMALA
- TLC (hace más de 10 años)

¹⁵ Para consultar con mayor profundidad el tema, referirse al documento ANEXO 2 "Elaboración de una Propuesta de Política Integrada de Comercio Exterior de Guatemala para el Ministerio de Economía (MINECO) y Elaboración de una Propuesta de Estrategia y Política para el Fomento de Inversión Productiva-Inversión Extranjera Directa-IED" en la sección Conclusiones del Análisis por País de Oportunidades de Atracción de Inversiones.

- Oficinas Agregados Comerciales en México.
- PROMÉXICO (Guatemala)
- Cámara de Comercio Guatemalteco-Mexicana.

2. CASOS RECIENTES DE INVERSIÓN EXTRANJERA DIRECTA

- CEMEX – Cementos, desde 2004.
- BIMBO – Panificadora.
- GRUPO LALA – Lácteos, 2008.
- TELMEX – Comunicaciones, desde 1998.
- ARGOS ELÉCTRICA – Electricidad
- GRUPO FERSÁN – Bebidas, desde 2007.
- ENVASES UNIVERSALES – Latas de aluminio, desde 2006.
- OTRAS: Maseca, Grupo Elektra, Banco Azteca, TV Azteca, Pisos El Águila y Sigma Alimentos.

3. OPORTUNIDADES DETECTADAS ATRACCIÓN IED DESDE MÉXICO A GUATEMALA:

1. Agroindustria:

- Confeitería: empresas confiteras familiares, de tamaño pequeño-mediano en Estados Unidos.
- Jugos y Bebidas
- Conservas
- Productos de Hule y Látex:
 - Plantas procesadoras de productos derivados de látex: elásticos, guantes quirúrgicos, materiales quirúrgicos, globos, preservativos, entre otros.
- Madera, Muebles y Derivados
 - Industrias primarias de procesamiento de madera de alta tecnología para la eficiencia en las etapas de corte y procesos primarios.
 - Industria secundaria de madera aserrada, puertas y tarimas

2. Manufacturas:

- Telas, Hilos y Accesorios
 - Industrias de vestuario femenino: blusas de tejido de punto de mujer, pantalones y pantalonetas de algodón de mujer.
 - Industrias camisas para hombre y camisas deportivas (por ejemplo de la NBA y NFL, por sus siglas en inglés). Nicho en prendas de respuesta rápida, especialmente en eventos deportivos con alto valor agregado.
 - Co-inversiones crecimiento y expansión de marcas nacionales existentes con participación en mercado centroamericano.
 - Empresas de Abrigos de lana
 - Industrias de cortinas, cubrecamas, sábanas y edredones.
- Manufacturas de Plástico
 - Industrias fabricantes de artículos de hogar y tocador de plástico.
 - Industrias fabricantes de tubos y accesorios.
 - Industrias fabricantes de envases, tapones y tapas.
 - Industrias fabricantes de placas, láminas y hojas.
- Materiales de Construcción
 - Industrias fabricantes de tejas, paredes y cielos falsos para paneles de construcción.
 - Industrias fabricantes de Tubos de Hierro y Acero.
 - Construcción y sus partes

- Aparatos eléctricos
 - Empresas de Pilas y Baterías Eléctricas de Litio
 - Industrias de ensamble de teléfonos móviles y de otras redes inalámbricas para industrias.
 - Industrias de ensamble de computadoras.
- 2. **Metal Mecánico**
 - Refrigeradores, congeladores y demás maquinaria para producción de frío.
- 3. **Servicios**
 - Contact Centers: para mercado hispano parlante en el mercado americano.
 - Logísticos
 - Servicios de turismo de salud y bienestar
- 4. **Turismo:**
 - Industrias conexas al segmento de Turismo Cultural: escuelas de idiomas, servicios hoteleros, servicios de bebidas y alimentos, infraestructura relacionada con los sitios arqueológicos y coloniales.
 - Industrias conexas al segmento de Congresos, convenciones y viajes de incentivo: infraestructura de servicios alimenticios y de bebidas, servicios de atención a ejecutivos de alto nivel, consultores en turismo, operadores receptivos, instituciones académicas, guías de turismo, entre otros.
 - Nuevas líneas aéreas
 - Inversión en polos de desarrollo turísticos identificados: Costa del Pacífico, Río Dulce y Playas del Caribe, Lago Izabal, Lago de Atitlán, Lago Petén Itzá.

c. ESPAÑA ¹⁶

1. DINÁMICA INVERSIÓN Y COMERCIO E INSTITUCIONALIDAD

- FLUJO IED 2005 – 2008: USD 228 MM (Fuente: BANGUAT)
 - TERCER PAÍS CON MAYOR FLUJO IED EN GUATEMALA
- Acuerdo de Asociación con la UE (firmado, pendiente de ratificación)
- Oficina Comercial de España en Guatemala
- Cámara Oficial Española de Comercio de Guatemala (CAMACOES)

2. CASOS RECIENTES DE INVERSIÓN EXTRANJERA DIRECTA

- TELEFÓNICA (Movistar Guatemala) – Telecomunicaciones, desde 1999.
- RIANXEIRA – Alimenticio – Monto inversión aproximado \$45 MM
- AVALON - Software y Hardware, nueva inversión, 2010.
- ATENTO DE GUATEMALA, S.A - Contact Center yBPO – desde 1999.
- FARMACEUTICA INDUSTRIAL, S.A. (INFARMA) – Farmacéutica del Grupo Menarini.
- UNIÓN FENOSA - Energía
- Otros: BANCO DE SANTANDER, BANCO INTERNACIONAL (Grupo FIERRO), IBERIA.

3. OPORTUNIDADES DETECTADAS ATRACCIÓN IED DESDE ESPAÑA A GUATEMALA:

1. Telas, hilos y Accesorios:

- Industrias fabricantes de abrigos de lana

¹⁶ Para consultar con mayor profundidad el tema, referirse al documento ANEXO 2 en la sección Conclusiones del Análisis por País de Oportunidades de Atracción de Inversiones.

2. **Turismo:**
 - Turismo de salud y bienestar
3. **Servicios:**
 - Contact Center, BPO y ITC
4. **Energía:**
 - Hidroeléctricas
 - Eólico
5. **Infraestructura:**
 - Vial
 - Portuaria
 - Centros Logísticos: parques industriales
 - Agua y Saneamiento

d. COLOMBIA ¹⁷

1. DINÁMICA INVERSIÓN Y COMERCIO E INSTITUCIONALIDAD

- FLUJO IED 2005 – 2008: USD 20 MM (Fuente: BANGUAT)
 - DENTRO DE LOS 15 PAÍSES CON MAYOR FLUJO IED EN GUATEMALA
- TLC entre Guatemala y Colombia (firmado Agosto 2007 y en vigor desde noviembre 2009)
- País con un gran atractivo de atracción de IED para Guatemala por situación política Colombia – Venezuela.
- Guatemala excelente puerta de entrada hacia región Mesoamericana, Estados Unidos y El Caribe
- PROEXPORT en Guatemala
- Cámara de Comercio Guatemalteco-Colombiana
- TLC entre Guatemala y Estados Unidos, ventaja competitiva para empresas colombianas.

2. CASOS RECIENTES DE INVERSIÓN EXTRANJERA DIRECTA

- Empresa Eléctrica de Bogotá (EEB) y Electricidad de Medellín (EDM) – Energía. Nueva inversión, MEM adjudicó la licitación del proyecto para expandir la energía en el país. Inversión aproximada US\$373 MM
- Colombina – Confitería, dese 2005. Inversión aproximada: US\$40 MM
- PREMEX – Pre mezclas para concentrados animales, desde 2008.
- INVATEX – Fábrica de hilo de caucho

3. OPORTUNIDADES DETECTADAS ATRACCIÓN DE IED DESDE COLOMBIA A GUATEMALA:

1. AGROINDUSTRIA:

- Hule y látex
- Confitería
- Jugos y Bebidas
- Conservas

2. MANUFACTURAS:

- **Textil:**
- Vestuario femenino: blusas de tejido de punto de mujer, pantalones y pantalonetas de algodón para mujer.

¹⁷ Para consultar con mayor profundidad el tema, referirse al documento Anexo 2 en la sección Conclusiones del Análisis por País de Oportunidades de Atracción de Inversiones.



• **Manufacturas de plástico:**

- Tubos y accesorios
- Envases, tapones y tapas

3. SERVICIOS:

- Turísticos
- Servicios de salud
- Servicios financieros

4. Países con potencial para la atracción de IED a Guatemala: nivel medio alto

a. CANADÁ ¹⁸

1. DINÁMICA INVERSIÓN Y COMERCIO E INSTITUCIONALIDAD

- FLUJO IED 2005 – 2008: USD 85 MM (Fuente: BANGUAT)
- DENTRO DE LOS 15 PAÍSES CON MAYOR FLUJO IED EN GUATEMALA
- Sistema Generalizado de Preferencia (SGP).
- TLC entre los dos países se espera que concluya este año 2010. Ya se negociaron los principales capítulos: agrícolas, porcicultores, azucarero y ganadero. Se necesita restablecer negociaciones respecto a los productos sensibles.
- Servicio de Promoción Comercial de la Embajada de Canadá en Guatemala.

2. CASOS RECIENTES DE INVERSIÓN EXTRANJERA DIRECTA

- MONTANA EXPLORADORA (Mina Marlin) – Minería, desde 2005.
- FIRESTONE VENTURES – Minería, estudios de exploración. Finaliza en el 2010.
- PAINSA (PAPELERA INTERNACIONAL) -Inversión canadiense-guatemalteca, productora de servilletas y papel, con materia prima canadiense.
- IMAX – Entretenimiento, desde 2006.
- CIIB – Servicios, asesoría para obtención de visas de residencia en Canadá, desde 2007.
- Franquicias como Marco Polo, Yogen Fruz

3. OPORTUNIDADES DETECTADAS ATRACCIÓN IED DESDE CANADÁ A GUATEMALA:

a. **CONFITERÍA:** empresas confiteras familiares de tamaño pequeño-mediano en Canadá.

b. **TELAS, HILOS Y ACCESORIOS:**

- Industrias fabricantes de vestuario femenino: blusas de tejido de punto de mujer, pantalones y pantalonetas de algodón de mujer.
- Industrias fabricantes de abrigos de lana

c. **PLÁSTICO Y SUS MANUFACTURAS:**

- Industrias fabricantes de tubos y accesorios.
- Industrias fabricantes en placas, láminas y hojas.

d. **SERVICIOS:**

- Servicios logísticos
- Servicios de Salud y Bienestar
- Contact Centers, BPO & ITC

e. **ENERGÍA Y MINAS:**

- Sector Minero: existe un potencial grande de atracción de IED canadiense, media vez se

¹⁸ Para consultar con mayor profundidad el tema, referirse al documento ANEXO 2 en la sección Conclusiones del Análisis por País de Oportunidades de Atracción de Inversiones

garantice un programa de manejo ambiental y responsabilidad social para las comunidades de los alrededores.

f. TURISMO:

- Industrias conexas al segmento "Turismo Cultural"
- Industrias conexas al segmento "Congresos, convenciones y viajes de incentivo"
- Líneas aéreas: incremento de frecuencia de vuelos.
- Atracción de Inversión en polos de desarrollo: Costa del Pacífico, Río Dulce y Playas del Caribe, Lago de Izabal, Lago de Atitlán y lago de Petén Itzá.

b. PANAMÁ¹⁹

1. DINÁMICA INVERSIÓN Y COMERCIO E INSTITUCIONALIDAD

- NO SE REPORTA DATO DE FLUJO IED 2005 – 2008 en BANGUAT.
- TLC entre Guatemala y Panamá (firmado en 2008)
- Tampoco se registran Instituciones que permitan la facilitación en la atracción de inversión en ambos países.
- Existe una dinámica de exportación y de comercio. Panamá es el comprador número 7 de Guatemala

2. CASOS RECIENTES DE INVERSION EXTRANJERA DIRECTA

- Aunque no se registra flujo de IED de Panamá en Guatemala, sí existe participación de empresas panameñas en el mercado guatemalteco.
- La línea aérea COPA. Pasó de 3 a 7 vuelos diarios en los últimos 3 años. Esta compañía está utilizando a Guatemala como centro regional de distribución de pasajeros y cada vez está más activa.

3. OPORTUNIDADES DETECTADAS ATRACCIÓN IED DESDE PANAMÁ A GUATEMALA:

1. SERVICIOS:

- Servicios Logísticos
- Servicios Portuarios
- Servicios Financieros

c. CHINA²⁰

1. DINÁMICA INVERSIÓN Y COMERCIO E INSTITUCIONALIDAD

- FLUJO IED 2005 – 2008: USD22 MM (Fuente: BANGUAT)
- Tema de inversión siempre ha estado sujeto a la formalización de un acuerdo comercial que China buscaba con Guatemala y que sí se formalizó el año pasado con Costa Rica.
- No existen relaciones diplomáticas entre Guatemala y China.
- Cámara Guatemala-China (2007)

2. CASOS RECIENTES DE INVERSION EXTRANJERA DIRECTA

- Huawei Telecommunications (Guatemala) – Redes y Telecomunicaciones, desde 1988. Inversión aproximada US\$40 MM.

¹⁹ Para consultar con mayor profundidad el tema, referirse al documento ANEXO 2 en la sección Conclusiones del Análisis por País de Oportunidades de Atracción de Inversiones.

²⁰ Para consultar con mayor profundidad el tema, referirse al documento ANEXO 2 en la sección Conclusiones del Análisis por País de Oportunidades de Atracción de Inversiones.

- Shandong Daiyin Group – Sector textil, inversión total no concretada.
- Grupo Los Tres - Distribución de ZX Autos.

3. OPORTUNIDADES DETECTADAS ATRACCIÓN IED DESDE CHINA A GUATEMALA:

a. PETRÓLEO

- Explotación petrolera de nuevos pozos y construcción de una refinería para proveer a esta región de Mesoamérica y la costa oeste de Estados Unidos.

b. INFRAESTRUCTURA:

- Empresas portuarias
- Energía Eléctrica
- Aeropuertos
- Carreteras

d. INDIA

1. DINÁMICA INVERSIÓN Y COMERCIO E INSTITUCIONALIDAD

- NO SE REPORTA DATO DE FLUJO IED 2005 – 2008 en BANGUAT.
- Cámara De Comercio e Industria Guatemala-India, 2004.
- Respecto a las importaciones, actualmente los tres rubros más grandes de comercio proveniente de India son: vehículos (motos y tuc tuc), farmacéutica y área textil (hilo y tintes de la India).
- No se tiene Institucionalidad para atracción de IED proveniente de India.

2. CASOS RECIENTES DE INVERSIÓN EXTRANJERA DIRECTA

- CONTACT CENTER 24/7, es uno de los 20 contact center más importantes a nivel mundial.
- BAJAJ AUTO LIMITED Y MAJESTIC AUTO LIMITED: tiene presencia de su marca a través de la empresa guatemalteca Masesa, presente desde 1990.

3. OPORTUNIDADES DETECTADAS ATRACCIÓN IED DESDE INDIA A GUATEMALA:

a. MANUFACTURA:

- Ensamble de vehículos: carros, tractores, motos.
- Hilos

b. MATERIALES DE CONSTRUCCIÓN

- Pisos

c. SERVICIOS:

- Contact Centers
- Turismo médico: Spas de medicina ayurvédica.
- Servicios de restaurantes y alimentación

Existen oportunidades de comercio no exploradas en los sectores de tecnología, automotriz, pisos, textil y farmacéutico (medicina ayurvédica). Actualmente existe interés de empresas hindús de invertir en Guatemala.

²¹ Para consultar con mayor profundidad el tema, referirse al documento ANEXO 2 en la sección Conclusiones del Análisis por País de Oportunidades de Atracción de Inversiones.

e. FRANCIA ²¹

1. DINÁMICA INVERSIÓN Y COMERCIO E INSTITUCIONALIDAD

- FLUJO IED 2005 – 2008: USD 3 MM (Fuente: BANGUAT)
- Acuerdo de Asociación con la UE (firmado, pendiente de ratificación)
- Servicio económico de la Embajada de Francia en Guatemala.
- Trabaja con socios del dispositivo público de apoyo a la internacionalización de las empresas francesas como COFACE, MEDEF internacional, Sopexa, Seniors Experts Français, Ubifrance, FASEP, entre otros.

2. CASOS RECIENTES DE INVERSIÓN EXTRANJERA DIRECTA

- PERENCO GUATEMALA – Petróleo, desde los años 80.
- SANOFI AVENTIS DE GUATEMALA – Farmacéutica.
- HOTEL MERCURE – GRUPO ACCOR - Hotelería, desde 2007.
- BUREAU VERITAS CPS GUATEMALA – Servicios de acreditación de la Comisión para la Seguridad de los Productos de Consumo (CPSC por sus siglas en inglés) de Estados Unidos.
- GUATEMALA FLEURS – Vivero de orquídeas, desde el 2002.
- ALCATEL DE GUATEMALA (ALCATEL LUCENT) - Productos y servicios tecnológicos, desde 1992. Inversión aproximada superior a US\$3.4 MM.
- Otras: CapGemini (consultora), Laboratorios Roussel, BIC y L'Oréal.

3. OPORTUNIDADES DETECTADAS ATRACCIÓN IED DESDE FRANCIA A GUATEMALA:

a. PETRÓLEO

- Explotación

b. ENERGÍA ELÉCTRICA

- Geotérmica

c. INFRAESTRUCTURA:

- Vial
- Portuaria
- Agua y Saneamiento

d. TURISMO

- Industrias Conexas al Turismo Cultural: servicio hotelero y hoteles.
- Líneas aéreas
- Polos de desarrollo identificados: Costa del Pacífico, Río Dulce y Playas del Caribe, Lago Izabal, Lago de Atitlán, Lago Petén Itzá.

f. ITALIA ²²

1. DINÁMICA INVERSIÓN Y COMERCIO E INSTITUCIONALIDAD

- NO SE REPORTA DATO DE FLUJO IED 2005 – 2008 en BANGUAT.
- Se ha iniciado ya una dinámica de flujo de inversión italiana al país, con presencia de empresas italianas en el sector de alimentación y generación de energía principalmente.
- Acuerdo de Asociación con la UE (firmado, pendiente de ratificación)

²² Para consultar con mayor profundidad el tema, referirse al documento ANEXO 2 en la sección Conclusiones del Análisis por País de Oportunidades de Atracción de Inversiones. ²⁰ Para consultar con mayor profundidad el tema, referirse al documento ANEXO 2 en la sección Conclusiones del Análisis por País de Oportunidades de Atracción de Inversiones.

- Cámara de Comercio e Industria Italiana en Guatemala (Camcig).
- Agregado comercial en Embajada Italia en Guatemala. Apoya con información de comercio e inversión.

2. CASOS RECIENTES DE INVERSIÓN EXTRANJERA DIRECTA

- AL MACARONE – Cadena de comida italiana.
- ENEL SPA – Hidroeléctrica, nueva inversión. Inversión aproximada US\$200 MM.
- ASEGURADORA GENERAL – GRUPO GENERALI – Seguros, más de 50 años de funcionar en el país.

3. OPORTUNIDADES DETECTADAS ATRACCIÓN IED DESDE ITALIA A Guatemala:

a. SECTOR MADERA, MUEBLES Y DERIVADOS

- Madera aserrada, puertas y tarimas.
- Muebles y sus partes

b. TELAS, HILOS Y ACCESORIOS:

- Industrias fabricantes de abrigos de lana
- Servicios:
- Turismo de salud y bienestar
- Energía:
- Hidroeléctrica
- Solar
- Geotermia

c. INFRAESTRUCTURA:

- Vial

g. ALEMANIA ²³

1. DINÁMICA INVERSIÓN Y COMERCIO E INSTITUCIONALIDAD

- FLUJO IED 2005 – 2008: USD 71 MM (Fuente: BANGUAT)
- ENTRE LOS 15 PRINCIPALES PAÍSES CON MAYOR FLUJO IED EN GUATEMALA
- Acuerdo de Asociación con la UE (firmado, pendiente de ratificación)
- Cámara Guatemalteca-Alemana de Industria y Comercio
- Importantes relaciones económicas, políticas, culturales y de cooperación al desarrollo. Presencia en la sociedad guatemalteca a través de:
- Asociación Alejandro Von Humboldt
- Instituto Alemán de Cultura
- Club Alemán
- Colegio Alemán
- Instituto Alemán de Idioma

2. CASOS RECIENTES DE INVERSIÓN EXTRANJERA DIRECTA

- Bayer – Farmacéutica. En 2008 inversión de US\$3.2 MM en remodelación de su Fábrica División de Atención al Cliente con sede en Guatemala.
- Siemens – Energía, Infraestructura y Tecnología. Desde 1894, más de 100 años en Guatemala.
- Henkel - Fábrica detergentes y productos para el cuidado del hogar, desde 1974.

²³ Para consultar con mayor profundidad el tema, referirse al documento ANEXO 2.

- Wasserkraft Volk (WKV) – Hidroeléctricas.

3. OPORTUNIDADES DETECTADAS ATRACCIÓN IED DESDE ALEMANIA A GUATEMALA:

a. ENERGÍA ELÉCTRICA

- Energía Renovable: por su desarrollo y tecnologías y políticas en este tema.
- Eólico
- Solar
- Geotérmico
- Hidroeléctricas

b. INFRAESTRUCTURA

- Vial

h. PAISES BAJOS²⁴

1. DINÁMICA INVERSIÓN Y COMERCIO E INSTITUCIONALIDAD

- NO SE REPORTA DATO DE FLUJO IED 2005 – 2008 en BANGUAT.
- Acuerdo de Asociación con la UE (firmado, pendiente de ratificación)
- Embajada de los Países Bajos en Guatemala:
- Atiende temas en el ámbito comercial y de inversiones.
- Dispone de instrumentos gubernamentales para inversiones:
- PSOM
- Servicio de Emparejamiento de Empresas Holandesas y Guatemaltecas (Matchmaking Facility) (MMF OS, Servicio de Emparejamiento de Empresas de Cooperación al Desarrollo)
- Developing your Business (DyB)
- PESP (Estudios de Factibilidad)
- Programa de Asesores Holandeses, PAH

2. CASOS RECIENTES DE INVERSIÓN EXTRANJERA DIRECTA

- HOLCOM - Comercio en el área de logística y transporte.

3. OPORTUNIDADES DETECTADAS ATRACCIÓN IED DESDE PAISES BAJOS A GUATEMALA:

a. SERVICIOS

- Servicios Logísticos hacia la región de Centro América y El Caribe desde Europa.

b. ENERGÍA ELÉCTRICA:

- Eólica

c. INFRAESTRUCTURA:

- Portuaria: hay muchas oportunidades para empresas holandesas, que son expertos en

²⁴ Para consultar con mayor profundidad el tema, referirse al documento ANEXO 2 en la sección Conclusiones del Análisis por País de Oportunidades de Atracción de Inversiones.

- ese tipo de obras con gran destreza de alta calidad (tecnología acerca de esclusas, muelles y vías de navegación, etc.)
- Centros logísticos
- Transporte
- Agua y Saneamiento: distribución y gestión del agua.

Oportunidades en agricultura: es uno de los sectores con mayor potencial en Centroamérica, en los cuales empresas holandesas están activas. Las expectativas de crecimiento de este sector son buenas, entre otros gracias a la introducción del instrumento PSOM (subvención de inversiones) en Guatemala.

Otros sectores con los que puede evaluarse oportunidad de atracción de IED de Holanda son: plásticos, químicos, caucho, maquinaria eléctrica, manufacturas básicas, por ser las principales industrias de Holanda.

I. PERÚ ²⁵

1. DINÁMICA INVERSIÓN Y COMERCIO E INSTITUCIONALIDAD

- NO SE REPORTA DATO DE FLUJO IED 2005 – 2008 en BANGUAT.
 - Aunque no se registras un flujo de IED, sí existe presencia de participación de empresas peruanas en Guatemala.
 - Alto interés de parte de Perú en TLC con todos los países de Centroamérica
 - No se tiene Institucionalidad para atracción de IED Peruana.
 - Se considera oportuno enviar a Perú una delegación de atracción de inversiones exploratoria. La economía peruana se ha convertido en una de las más dinámicas de Latinoamérica
 - Existe una dinámica de exportación y de comercio.
 - Guatemala es el principal socio de la región centroamericana para Perú.

2. CASOS RECIENTES DE INVERSIÓN EXTRANJERA DIRECTA

- GRUPO AJEMEX – BIG COLA – Bebidas, desde el 2005. Inversión estimada en US\$11 MM.
- RANSA (Grupo Romero) - Operador logístico, sector de almacenamiento. Inversión estimada superior a US\$10 MM.
- FERREYROS – Distribución de vehículos y maquinarias, desde el 2010, compró 100% de acciones de Gentrac Corporation. Inversión aproximada US\$45 MM.

3. OPORTUNIDADES DETECTADAS ATRACCIÓN IED DESDE PERÚ A GUATEMALA:

a. JUGOS Y BEBIDAS

b. HULE Y DERIVADOS DE LÁTEX:

- industrias de elásticos, guantes quirúrgicos, materiales quirúrgicos, globos, preservativos, entre otros.

c. METAL – MECÁNICO:

- Refrigeradores, congeladores y demás material de maquinaria para producción de frío.

²⁵ Para consultar con mayor profundidad el tema, referirse al documento ANEXO 2 "Elaboración de una Propuesta de Política Integrada de Comercio Exterior de Guatemala para el Ministerio de Economía (MINECO) y Elaboración de una Propuesta de Estrategia y Política para el Fomento de Inversión Productiva-Inversión Extranjera Directa-IED," en la sección Conclusiones del Análisis por País de Oportunidades de Atracción de Inversiones.

d. **SERVICIOS LOGÍSTICOS**

- Parques industriales
- Servicios de turismo

e. **ORO:** dado el fuerte desarrollo de producción minera en Perú, existe también un fuerte potencial de identificar potenciales actores que invirtieran también en Guatemala.

5. Países con potencial para la atracción de IED a Guatemala: nivel reactivo - pasivo

a. CENTROAMÉRICA Y BELICE ²⁶

1. DINÁMICA INVERSIÓN Y COMERCIO E INSTITUCIONALIDAD

- FLUJOS IED 2005 – 2008 (Fuente: BANGUAT):
- EL SALVADOR: USD136 MM
- COSTA RICA: USD13 MM
- NICARAGUA: USD8 MM
- HONDURAS: USD8 MM
- UNIÓN ADUANERA CENTROAMERICANA
- INSTITUCIONALIDAD:
- COSTA RICA: PROCOMER EN GUATEMALA
- Presencia diplomática de parte de El Salvador, Honduras, Nicaragua y Belice.

2. CASOS RECIENTES DE INVERSIÓN EXTRANJERA DIRECTA

- Nicaragua
- BAC - Red Financiera, desde 1971.
- Costa Rica
- Dos Pinos – Lácteos, desde 2006. Inversión aproximada US\$12.5 MM. Más de 15 años de presencia comercial en mercado guatemalteco.
- El Salvador:
- TACA – Aerolínea
- Grupo Q – Canella. Distribución Renault en Guatemala.
- Belice:
- No registra inversiones.

3. OPORTUNIDADES DETECTADAS ATRACCIÓN IED DESDE CENTROAMÉRICA Y BELICE A GUATEMALA:

a. MADERA, MUEBLES Y DERIVADOS

- Industria secundaria: madera aserrada, puertas y tarimas.
- Muebles y sus partes.

b. TELAS, HILOS Y ACCESORIOS

- Co-inversiones con empresas nacionales existentes para continuar con el crecimiento y expansión de marcas con presencia en el mercado centroamericano.
- Industrias fabricantes de cortinas, cubrecamas, sábanas y edredones.

c. MATERIALES DE CONSTRUCCIÓN

- Industrias de construcción y sus partes

d. ENERGÍA ELÉCTRICA

- Atracción de inversión para SIEPAC con oportunidad posterior de exportación de energía eléctrica a la región y a México.

²⁶ Para consultar con mayor profundidad el tema, referirse al documento ANEXO 2 "Elaboración de una Propuesta de Política Integrada de Comercio Exterior de Guatemala para el Ministerio de Economía (MINECO) y Elaboración de una Propuesta de Estrategia y Política para el Fomento de Inversión Productiva-Inversión Extranjera Directa-IED" en la sección Conclusiones del Análisis por País de Oportunidades de Atracción de Inversiones.

e. TURISMO

- Industrias conexas al segmento de Turismo Cultural: servicios hoteleros, de bebidas y alimentos.
- Industrias conexas al segmento de Congresos, Convenciones y Viajes de Incentivo: infraestructura de servicios alimentos y bebidas, operadores receptivos, servicios de atención a ejecutivos de alto nivel, etc.

b. REPÚBLICA DOMINICANA ²⁷

1. DINÁMICA INVERSIÓN Y COMERCIO E INSTITUCIONALIDAD

- NO SE REPORTA DATO DE FLUJO IED 2005 – 2008 en BANGUAT.
- TLC entre Centroamérica y República Dominicana. Aprobado en el 2,000 y entró en vigencia en octubre 2,001.
- Cámara de Comercio Dominico-Guatemalteca

2. CASOS RECIENTES DE INVERSIÓN EXTRANJERA DIRECTA

- No se registran inversiones extranjeras procedentes de República Dominicana en el país.
- Existen Inversiones guatemaltecas en República Dominicana:
- Molinos Modernos adquirió el Grupo Malla (mayor fabricante de pastas y galletas de RD) desde 2003. Inversión aproximada US\$80 MM.

3. OPORTUNIDADES DETECTADAS ATRACCIÓN IED DESDE REPÚBLICA DOMINICANA A GUATEMALA:

a. MANUFACTURAS DE PLÁSTICO

- Industrias fabricantes de artículos del hogar y tocador de plástico.

b. TURISMO

- Industrias conexas al segmento de Turismo Cultural: servicios hoteleros, servicios de bebidas y alimentos, entre otros.
- Industrias conexas al segmento de Congresos, Convenciones y viajes de incentivos: infraestructura de servicios alimenticios y bebidas, servicios de atención a ejecutivos de alto nivel, entre otros.

²⁷ Para consultar con mayor profundidad el tema, referirse al documento ANEXO 2 en la sección Conclusiones del Análisis por País de Oportunidades de Atracción de Inversiones.

6. Conclusiones sector-mercado

En base a los insumos provenientes del Análisis Sectorial (producto del análisis exhaustivo de 6 sectores y de los 19 subsectores) y del Análisis de Mercado se obtuvieron los resultados del estudio, realizándose las conclusiones Sector-Mercado, en las que se hizo énfasis en:

- **La Dinámica de Inversión y Comercio e Institucionalidad:** Flujos de IED expresados en series de tiempo, la existencia de acuerdos comerciales y TLC's, puntos claves de la situación política, social y económica del país que pudieran afectar a la IED, existencia de cámaras bilaterales de comercio, entre otros factores.
- **Casos Recientes en IED:** Nombres de empresas que han invertido recientemente en el país, sectores y sub-sectores a los que se dedican. En algunos casos se ha expresado el monto de la inversión, ya sea en moneda extranjera ó nacional.
- **Oportunidades Detectadas de IED Desde el País Objeto de Estudio a Guatemala:** Se expuso una breve explicación acerca de los sectores y subsectores que existe potencial para atraer IED para Guatemala.

a. AGROINDUSTRIA

JUGOS Y BEBIDAS

OPORTUNIDADES DETECTADAS EN:

- Desarrollo de cultivos e Industrias procesadoras de jugos de las siguientes frutas:
- Maracuyá
 - Piña
 - Mango
 - Papaya

PAÍSES

- Estados Unidos
- México
- Colombia
- Perú
- Otros: Chile, Brasil y Ecuador.

CONSERVAS

OPORTUNIDADES DETECTADAS EN:

- Con especial énfasis en arveja, tomate y brócoli.
- Industrias de purés de verduras para sopas, potajes o caldos preparados.
 - Industrias de purés de verduras esterilizados.
 - Industrias de purés esterilizados de fruta con énfasis en frutas con alto valor por tonelada:
 - Maracuyá
 - Piña
 - Mango
 - Papaya

PAÍSES

- Estados Unidos
- México
- Colombia

CONFITERÍA

OPORTUNIDADES DETECTADAS EN:

- Empresas confiteras
- Posicionamiento de Guatemala como centro confitero mesoamericano.
- Empresa Gomas y Gummies como Dulce y como Vitaminas para Niños.
- Mezclas de café instantáneo- con azúcar-cremora, cocoa con azúcar y lactosa con azúcar y sus variables similares.
- Refrescos en polvo y gelatinas

PAÍSES

Estados Unidos, Canadá:
Empresas confiteras familiares, de tamaño pequeño-mediano en sus países de origen, que busquen mejores niveles de eficiencia para reexportar a sus países de origen y a la vez incursionar al mercado Mesoamericano y Caribeño desde una instalación en Guatemala.

CONFITERÍA

OPORTUNIDADES DETECTADAS EN:	PAÍSES
	<p>México, Colombia: Ventaja competitiva para empresas que quieren acceder a los mercados Estados Unidos y al mismo Sur de México con preferencias arancelarias otorgadas por TLC con cada uno de estos países y aprovechamientos a mediano y largo plazo de contratos de precios de azúcar.</p> <p>Argentina: Este país ya tienen actividad comercial confitera en Guatemala donde pueden ubicar sus instalaciones para ingresar al mercado Mesoamericano y Caribeño de igual forma.</p> <p>Brasil: Tiene desarrollada su industria confitera. Se quiere posicionar a Guatemala como centro confitero con acceso al mercado Centroamericano, El Caribe, México y Estados Unidos.</p>

PRODUCTOS DE HULE Y LÁTEX

OPORTUNIDADES DETECTADAS EN:	PAÍSES
<p>Industrias procesadoras de productos derivados de látex:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Elásticos • Guantes quirúrgicos, • Materiales quirúrgicos • Globos • Preservativos entre otros. <p>Alto potencial promoción desarrollo rural sostenible y descentralización del país - 78% producción hule Guatemala en manos pequeños productores</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Estados Unidos • México • Colombia • Perú • Otros: Costa Rica

MADERA, MUEBLES Y DERIVADOS

OPORTUNIDADES DETECTADAS EN:	PAÍSES
<ul style="list-style-type: none"> • Industrias primarias procesamiento madera con búsqueda transferencia tecnología etapas corte y proceso primarios. • Industria secundaria muebles y sus partes, puertas, pisos y zócalos. • Industria Melanina 	<ul style="list-style-type: none"> • Estados Unidos • México • Italia • Centroamérica (CA-4) y Belice • Otros: Ecuador, Chile y Brasil

b. MANUFACTURAS

TELAS, HILOS Y ACCESORIOS DEL VESTUARIO

OPORTUNIDADES DETECTADAS EN:	PAÍSES
<p>Industrias fabricantes de vestuario femenino: blusas de tejido de punto de mujer, pantalones y pantalonetas de algodón de mujer.</p> <p>Industrias fabricantes de camisas para hombre, camisas deportivas por ejemplo de la NBA y NFL.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Estados Unidos • México • Canadá • Colombia • España

TELAS, HILOS Y ACCESORIOS DEL VESTUARIO

OPORTUNIDADES DETECTADAS EN:

PAÍSES

Co-inversiones para crecimiento y expansión de marcas nacionales existentes con participación en mercado centroamericano.
Empresas de Abrigos de lana
Industrias fabricantes de cortinas, cubrecamas, sábanas y edredones.

- Italia
- Centroamérica (CA-4) y Belice
- India

MANUFACTURAS DE PLÁSTICO

OPORTUNIDADES DETECTADAS EN:

PAÍSES

•Industrias artículos para el hogar y tocador de plástico.
•Industrias tubos y accesorios.
•Industrias envases, tapones y tapas.
•Industrias placas, láminas y hojas.

- Estados Unidos
- México
- Colombia
- Canadá
- República Dominicana

MATERIALES DE CONSTRUCCIÓN

OPORTUNIDADES DETECTADAS EN:

PAÍSES

•Industrias fabricantes de materiales como tejas, paredes y cielos falsos para paneles de construcción
•Industrias fabricantes de tubos de hierro y acero.
•Industrias de construcción y sus partes.
•Atracción de IED en Construcción y sus Partes

- Estados Unidos
- México
- Centroamérica (CA-4) y Belice
- India

APARATOS ELÉCTRICOS

OPORTUNIDADES DETECTADAS EN:

PAÍSES

•Industrias ensamble teléfonos móviles y de otras redes inalámbricas.
•Industrias ensamble computadoras. 60% computadoras existentes en el país, fueron ensambladas localmente.
•Industrias fabricantes pilas y baterías eléctricas de litio.
Ya sea co-inversiones ampliar instalaciones existentes o atracción IED.

- Estados Unidos
- México
- República Dominicana

METAL MECÁNICO

OPORTUNIDADES DETECTADAS EN:

PAÍSES

•Analizar atracción de industrias fabricantes de tornillos, clavos, puertas de metal y modulares de metal, entre otros.
•Refrigeradores, congeladores y demás material y maquinaria para producción en frío.

- Estados Unidos
- México
- República Dominicana

c. CONTACT CENTERS Y BPO	
CONTACT CENTERS Y BPO	
OPORTUNIDADES DETECTADAS EN:	PAÍSES
<ul style="list-style-type: none"> •Empresas de Contact Centers y BPO dirigidos al mercado mexicano, hispano parlante en el mercado americano de habla y/o servicios en inglés. •Empresas Software •Back Offices •Cross-selling (ventas cruzadas) •Cold-calling (llamadas en frío) •Créditos y cobranza •Tech Support (soporte técnico) 	<ul style="list-style-type: none"> •Estados Unidos: es necesario educación bilingüe en colegios, mano de obra bilingüe saturada actualmente. •España •Canadá •India

d. TURISMO	
TURISMO	
OPORTUNIDADES DETECTADAS EN:	PAÍSES
<p>Industrias conexas al segmento "Turismo Cultural" como lo son escuelas de idiomas, servicios hoteleros, servicios de bebidas y alimentos, infraestructura relacionada con los sitios arqueológicos y coloniales.</p> <p>Industrias conexas al segmento "Congresos, convenciones y viajes de incentivo" como infraestructura servicios alimenticios y de bebidas, servicios de atención a ejecutivos de alto nivel, líneas aéreas, consultores en turismo, operadores receptivos, instituciones académicas, guías de turismo, entre otros.</p> <p>Incrementar frecuencia de vuelos de distintas partes del mundo hacia Guatemala, así como oportunidad de atracción de nuevas líneas aéreas incluyendo líneas aéreas de bajo costo entre Centroamérica y otros destinos.</p> <p>Hotelería: inversión para compra de equipo, muebles, entre otros. No a nivel general sino creando zonas específicas de interés turístico.</p> <p>Oportunidad de atracción de inversiones en polos de desarrollo turísticos identificados:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Costa del Pacífico • Río Dulce y Playas Caribe • Lago Izabal • Lago de Atitlán • Lago Petén Itzá 	<ul style="list-style-type: none"> • Centroamérica (CA-4) y Belice • Estados Unidos • Canadá • México • Europa: España, Francia e Italia. • Colombia • Canadá • República Dominicana • India

e. ENERGÍA Y MINAS

EXPLORACIÓN Y EXPLOTACIÓN DE PETRÓLEO

OPORTUNIDADES DETECTADAS EN:

PAÍSES

Atracción de IED para explotación petrolera de nuevos pozos

Atracción de IED para construcción de refinería que provea a la región de Mesoamérica y la costa oeste de Estados Unidos.

Infraestructura desarrollada, permite crecimiento sostenido en la industria petrolera.

- Estados Unidos
- Europa: Francia
- China
- Otros: Brasil y Rusia

EXPLORACIÓN Y EXPLOTACIÓN DE ORO Y MINERALES

OPORTUNIDADES DETECTADAS EN:

PAÍSES

Atracción de IED de empresas de explotación plata, oro y sus concentrados.

Ampliar operaciones de grupos ya establecidos en el país.

Atracción de IED de grupos ya establecidos en Chile, Perú y Colombia para ampliar sus operaciones en Guatemala.

Potencial para explotación minera en cuatro regiones:

- Tierras Bajas del Petén
- Cordillera Central
- Provincia volcánica
- Planicie Costera del Pacífico

Presencia de minerales como:

- Yeso
- Carbonatos
- Petróleo
- Barita
- Mármol calcáreo y serpentina
- Jade
- Rocas industriales
- Esquistos, antimonio, plomo, cobre, zinc, plata, níquel, oro, níquel, estaño, entre otros.

- Estados Unidos
- México
- Canadá
- Perú
- Colombia
- Otros: Chile

GENERACIÓN, TRANSMISIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE ENERGÍA

OPORTUNIDADES DETECTADAS EN:	PAÍSES
<p>Atracción de IED en energías renovables: geotérmica, eólica y mini-hidroeléctricas.</p> <p>Atracción de IED geotermia: Israel, Francia, Alemania.</p> <p>Atracción de IED tema Eólico de países como: Estados Unidos, España y Países Nórdicos por sus tecnologías en el tema eólico.</p> <p>Atracción de IED especialmente para mini-hidroeléctricas desde Estados Unidos.</p> <p>Modelo marco regulatorio competitivo a nivel de generación y comercialización.</p> <p>Inversión centroamericana con oportunidad posterior a exportación a través de SIEPAC.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Estados Unidos • España • Europa: Francia, Alemania, Italia, Países Bajos • Centroamérica (CA-4) y Belice – SIEPAC • China • Otros: Israel

F. INFRAESTRUCTURA

AEROPUERTOS

OPORTUNIDADES DETECTADAS EN:	PAÍSES
<p>Las oportunidades de inversión en aeropuertos es 100% Gubernamental</p> <ul style="list-style-type: none"> • Desarrollar sistema aeroportuario • Consolidar mejoras en el aeropuerto internacional La Aurora <p>Oportunidad de concesionar la operación de los aeropuertos (para lo cual hay que separar el ente rector del ente operador).</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Gobierno de Guatemala • Estados Unidos • Canadá • México • China • Otros: Chile

PORTUARIA Y LOGÍSTICA

OPORTUNIDADES DETECTADAS EN:	PAÍSES
<p>Oportunidades de inversión Público – Privado en:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Construcción de las terminales de contenedores, cruceros, graneles en Puerto Santo Tomás de Castilla y en Puerto Quetzal. • Construcción de centros logísticos • Construcción de parques industriales • Mejoramiento de la infraestructura del sistema portuario de Guatemala. <p>Oportunidad de atracción de IED de empresas portuarias.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Estados Unidos • México • Europa: con especial énfasis en Francia, España, Países Bajos. • China • Canadá • Panamá • Perú • Gobierno de Guatemala • Otros: Japón

VIAL

OPORTUNIDADES DETECTADAS EN:

PAÍSES

Atracción de IED de empresas de construcción vial de Israel.

Oportunidades de Inversión Público – Privado en:

- Construcción del Anillo Metropolitano y construcción de las radiales de acceso al anillo. Esquema APP para los radiales de acceso. Anillo Metropolitano 100% gubernamental.
- Desarrollo de los ejes troncales CA-2 (Occidente – Oriente) y CA-9 (Pacífico – Atlántico). Esquema de APP.
- Fortalecimiento de los principales tramos carreteros y la capacidad de los principales puntos fronterizos. Fundamentalmente gubernamental, explorar tramos para concesión.
- Construcción Franja Transversal del Norte. Concesión ya otorgada.
- Ampliación de la red vial existente a todos los hogares guatemaltecos y mejoras a las vialidades ya existentes. Gubernamental 100%.

- Estados Unidos
- México
- Europa: especial énfasis en Francia, España, Italia, Alemania.
- China
- Otros: Israel

AGUA Y SANEAMIENTO

OPORTUNIDADES DETECTADAS EN:

PAÍSES

Innovación en líneas de inversión de agua potable, saneamiento básico (letrinas) y agua para necesidades en diversos sectores productivos.

Modelos innovadores para mejorar el acceso al agua de manera sostenible, participación de operadores públicos, privados y de capital mixto.

Cerrar brecha entre la cobertura de los servicios de agua y saneamiento.

- Europa: especial énfasis en Francia, España y Países Bajos.

7. Conclusiones de la brecha de oferta y demanda de servicios para la atracción de inversiones ²⁸

Para definir la brecha de servicios públicos y privados a disposición del inversionista, se realizó una investigación así como varias entrevistas con distintas entidades que podrían atender a inversionistas en Guatemala.

Se analizaron los distintos servicios de importancia para los inversionistas al evaluar un país potencial para invertir, los cuales se clasifican alrededor de cuatro (4) elementos claves:

- Acceso a información para procesarla y transformarla en inteligencia de mercados
- Acompañamiento a un alto nivel institucional y empresarios.
- Acceso a apoyo
- Circuito financiero

a. Brechas detectadas acceso a información para procesarla y transformarla en inteligencia de mercados

- Organismos generadores de información estadística no tienen autonomía. Es necesaria reforma del sistema estadístico nacional para que goce de autonomía política, administrativa y financiera.
- El acceso a información objetiva en Guatemala se puede obtener de servicios privados. Precio es elevado por ser estudios hechos a la medida del cliente. No existe abundante información genérica en el país.
- Importante fortalecer de nuevo el "One Stop Office" de PRONACOM e Invest in Guatemala, que ofrece una gama de servicios de asistencia al inversionista y de aftercare.
- Se sugiere que la oficina de atracción de inversiones se suscriba a la oficina LEGIS, la cual maneja información con datos detallados, con el objeto que el inversionista pueda acceder a esta base de datos y obtener datos de Guatemala. LEGIS cuenta con información bastante detallada.
- La Superintendencia de Administración Tributaria –SAT- debería ser un ente fundamental que proporcione y genere información para la toma de decisiones de inversión. Su base de datos que ellos poseen es excelente, pero no está disponible ni para Invest in Guatemala, ni para el propio inversionista.
- Se debe mejorar y fortalecer el convenio suscrito entre BANGUAT e Invest in Guatemala para mantener lo más actualizado posible las encuestas de nuevas inversiones así como de reinversiones de empresas ya establecidas en Guatemala, con el objeto de mostrar cifras más realistas de los montos de IED en Guatemala.
- Se debe fortalecer el esfuerzo público y privado de la mesa de calificación de País, para asegurar así la calidad y actualización continua de los índices generados por organismos internacionales y calificadoras de riesgo, que son fuentes de información de múltiples inversionistas actuales y potenciales.

b. Brechas Servicios de Acompañamiento

Hace falta reforzar el servicio de acompañamiento en algunas entidades públicas, pues la atracción de IED debe convertirse en una meta con seguimiento y apoyo directo de la oficina de la Presidencia de la República, para garantizar así un acompañamiento continuo de alto nivel con acceso a Instituciones y Ministerios claves y relevantes para el Inversionista.

²⁸Para consultar con mayor profundidad el tema, referirse al documento ANEXO 2 "Elaboración de una Propuesta de Política Integrada de Comercio Exterior de Guatemala para el Ministerio de Economía (MINECO) y Elaboración de una Propuesta de Estrategia y Política para el Fomento de Inversión Productiva-Inversión Extranjera Directa-IED" en la sección De la Brecha de Oferta y Demanda de Servicios para la Atracción de Inversiones.

c. Brechas de Servicios de Incentivos: Acceso a Apoyo ¿Qué me da el País?

- La ley de Zonas Francas deberían utilizar un modelo similar a Zolic en cuanto a la productividad para la búsqueda de nuevos inversionistas así como ofrecer incentivos de nueva generación, lo cual podría dar a Guatemala una mejor posición relativa para la atracción de inversiones. El modelo de Zolic ahora está mucho más enfocado en el tema de los servicios.²⁹
- En Guatemala NO existe una legislación enfocada en un tema tan relevante y de actualidad como lo son los servicios.
- Se necesitan zonas de apoyo logístico en los puertos, como centros nodales (lo cual es también una oportunidad de inversión) para reunir parte del transporte y del intercambio comercial, entre otros.
- Sería muy positiva la creación de un centro logístico con servicios de bodega, almacenaje, tratamiento a la carga seca y refrigerada, pues por ejemplo "Zolic" está casi lleno y el Puerto Santo Tomás de Castilla no tiene infraestructura.
- Promover programas de capacitación para los diversos sectores estratégicos de atracción de inversión, como por ejemplo el caso de los call centers y en apoyo a los esfuerzos de PRONACOM e INTECAP, con el objeto de ofrecer al inversionista personal altamente calificado y con buen nivel de inglés. El esfuerzo debe ser mucho mayor y a escala nacional.
- Guatemala necesita mejorar el menú en donde el inversionista pueda hacer elección en qué régimen de beneficios se quiere instalar, que permita orientar y darle oportunidad a industriales, comerciales y servicios.
- Existe una brecha relacionada con la inversión en proyectos de energía, hidroeléctrica y minería. Existe potencial en el tema hidroeléctrico y minero pero es necesario modificar el convenio 169 de la OIT para que la Ley sea facilitadora de estos proyectos.
- Se identifica también una brecha en el tema de los derechos sobre la tierra (el catastro). Ninguna entidad presta a los inversionistas el servicio de investigación ni existen compañías de expertos en el tema, que asesoren y respalden que el título que les emite el Registro de la Propiedad corresponda efectivamente al terreno que indica el contrato.

d. Brechas de Servicios de Circuito Financiero

- Hacen falta entidades privadas que otorguen a inversionistas acceso al financiamiento de gran magnitud para proyectos de inversión en el país.
- Actualmente se tiene acceso al financiamiento multilateral especialmente a través de 3 instituciones:
 - BID
 - Banco Mundial
 - Algunas líneas de crédito especial del BCIE
- Sin embargo es necesario que existan mayor cantidad de líneas de crédito por parte del Sistema Financiero Nacional y en la escala que lo requieran este tipo de proyectos de inversión.

²⁹Los países clasificados en la categoría de "renta media" deben (de acuerdo a la OMC) eliminar los subsidios que estén relacionados al desempeño exportador de las empresas. Este requisito debe cumplirse a más tardar a finales de 2015.

Lo anterior no entra en conflicto con los incentivos de nueva generación establecidos por la OMC y que contemple la nueva ley de Zonas Francas.

III. Marco legal e institucional³⁰

Introducción

En este capítulo se describen en forma general los principales instrumentos legales relacionados con el comercio y la inversión con el objeto de analizar el entorno legal relevante en el desarrollo de la política comercial y determinar la necesidad o conveniencia de modificar algunas leyes para facilitar su implementación. Se inicia exponiendo la legislación constitucional, civil y comercial. La estructura que se siguió para este apartado se explica a continuación.

El ámbito constitucional se expone al inicio de la descripción general porque sus normas son jerárquicamente superiores y aunque sus principios son generales en materia comercial, establece los pilares en que deberá fundamentarse una política de comercio e inversión. Es decir, debe ser orientada al libre mercado, a la libertad de industria, comercio y trabajo y proteger el derecho de propiedad, siempre tomando en cuenta el interés social y cabe resaltar una característica especial en materia de integración centroamericana y es que la Constitución reconoce la Comunidad Centroamericana y manda a adoptar las medidas para llevar a la práctica la unión política o económica de Centroamérica. En este sentido la Corte de Constitucionalidad ha advertido que “el derecho comunitario que se perfila a los finales del siglo XXI no solo admite sino estimula a la perfección de acuerdos internacionales”³¹. La política comercial y de inversiones, siguiendo los principios constitucionales, debe orientarse a perfeccionar la Comunidad Centroamericana. Los instrumentos de integración económica de Centroamérica se describen en numeral 3.3 de esta fase y deben tomarse en consideración para el diseño y ejecución de políticas comerciales.

El apartado 3.2 describe la legislación ordinaria relevante en materia de comercial y de inversiones, incluyendo el ámbito fiscal. Se describen los principios generales en materia contractual y de propiedad privada y los procesos para hacer cumplir obligaciones, porque estos son la base de cualquier decisión de inversión nacional o extranjera. Un inversionista revisará detalladamente los elementos que le dará la legislación nacional para respetar su inversión, porque toda inversión necesariamente implica la existencia de un contrato. Después se resumen tanto la ley de promoción de inversión así como los acuerdos de promoción de inversiones vigentes a la fecha. En materia fiscal se enumeran y describen los principales impuestos y sus tasas.

Específicamente en el apartado 3.4 se desarrolló el marco legal que se debe tomar en cuenta para la ejecución de la política comercial y de inversiones, empezando por la ley del organismo ejecutivo y terminando con la estructura del Ministerio de Economía. Éste entidad es la competente para ejecutar la política comercial y de inversiones y deberá utilizar o adaptar los recursos disponibles para ello partiendo de su estructura actual.

La participación del sector privado se desarrolló en este apartado 3.4 después de describir al Ministerio de Economía, tomando en cuenta que esta participación es eminentemente consultiva y depende del Ministerio de Economía y que no se encuentra contemplada en una ley, sino en un Acuerdo Gubernativo, que es de inferior. Finalmente se enumeraron los acuerdos comerciales vigentes los cuales administra el Ministerio de Economía.

³⁰ Corresponde al entregable 5 del Plan de Trabajo.

³¹ Opinión Consultiva emitida por solicitud del Presidente de la República, Gaceta No. 59, expediente No. 482-98, página No. 700, resolución: 04-11-98

Marco legal e Institucional

Producción

El objetivo de este capítulo es describir el marco legal e institucional que regula la producción en Colombia, así como el rol del Estado en este proceso. Se analizan los aspectos más relevantes de la legislación y la práctica en materia de producción, incluyendo el sistema de registro de empresas y el sistema de clasificación de productos.

El marco legal e institucional que regula la producción en Colombia está conformado por una serie de leyes, decretos y resoluciones. El principal instrumento normativo es la Ley 147 de 1994, que establece el sistema de registro de empresas y el sistema de clasificación de productos. Este sistema es administrado por el Departamento Administrativo de Registro de Empresas y Clasificación de Productos (DARECOPRO).

El DARECOPRO es el organismo encargado de administrar el sistema de registro de empresas y el sistema de clasificación de productos. Este organismo tiene la responsabilidad de garantizar que todas las empresas que operan en Colombia estén debidamente registradas y clasificadas.

Además de la Ley 147 de 1994, existen otras normas que regulan aspectos específicos de la producción, como la Ley 1712 de 2014, que establece el sistema de registro de marcas y patentes.

El sistema de registro de empresas y el sistema de clasificación de productos son fundamentales para el desarrollo de la producción en Colombia, ya que permiten a las empresas acceder a los mercados internacionales y a los recursos financieros.

1. Descripción general del marco legal

a. Constitución

La Constitución de Guatemala de 1986 da principios importantes que deben regir, y en los que se debe fundamentar, una política comercial y de inversiones. Entre estos cabe mencionar:

- Protección a la economía de mercado
- Protección a la libertad de industria, comercio y trabajo
- Protección al derecho de Propiedad
- Principios para fortalecer la integración centroamericana

Se expone el principio de protección a la economía de mercado en el apartado respectivo de competencia, sin embargo cuando la Constitución habla de los principios del régimen económico y social, establece que este se debe fundar en principios de justicia social, luego desarrolla la obligación del Estado de orientar la economía para lograr la utilización de los recursos naturales y el potencial humano, para incrementar la riqueza y tratar de lograr el pleno empleo y la equitativa distribución del ingreso nacional. En este sentido, la Constitución permite al Estado intervenir en la economía y orientarla, lo cual es de especial trascendencia en la explotación de servicios públicos y de bienes del Estado.

La propiedad privada está protegida legalmente, sin embargo la Constitución establece que en casos concretos la propiedad privada podrá ser expropiada por razones de utilidad colectiva, beneficio social o interés público debidamente comprobado.

No obstante, se prevé la expropiación pero en la práctica no se han dado muchos casos porque una expropiación debe ser aprobada previamente por el Congreso. Este requerimiento de aprobación legislativa protege al propietario, pero por otro lado dificulta la expropiación en algunos casos en donde es necesaria (carreteras, puertos). La expropiación está sujeta al requisito de indemnización previa, a menos que se negocien con el interesado otros términos.

La Constitución también establece como bienes públicos el subsuelo, los yacimientos de hidrocarburos y los minerales, así como cualesquiera otras sustancias orgánicas o inorgánicas del subsuelo, por lo que cualquier inversión en estos rubros deberá ser desarrollarse bajo esquemas con fuerte intervención estatal.

Por tradición histórica, las constituciones de Guatemala han contemplado la integración centroamericana, para evitar que se argumenten principios soberanos y constitucionales para fortalecer la integración regional. Guatemala tiene el apoyo constitucional para perfeccionar esta integración.

b. Leyes Civiles y Comerciales

Contratos y Propiedad Privada

La base legal más importante es el Código Civil que contiene los pilares de los derechos de propiedad y contractuales. Este código tiene más de 40 años y no obstante ha tenido 28 reformas, las mismas se han concentrado en derecho de familia, algunas del Registro de la Propiedad y Registro de Personas.

De especial relevancia para el marco legal de las inversiones es la regulación contractual, aun existen disposiciones de forma que tienen incidencia en una relación contractual (por ejemplo un contrato con un valor mayor de Q.300 debe constar por escrito, lo que le resta valor a los contratos verbales).

El código de comercio regula los contratos mercantiles, pero también este código tiene más de cuarenta años y pese a las modificaciones que ha tenido (la última en el 2003) aún no contempla contratos como el factoring y el

escrow que se dan en el comercio internacional y cuya necesidad de regulación se justifica porque estas figuras dan herramientas al inversionista.

El fideicomiso está regulado, sin embargo su regulación es rígida y muy formal, lo cual ha limitado su uso, esta figura podría utilizarse para muchas figuras de inversión si fuera más ágil y flexible.

La Ley del Organismo Judicial exige pases de ley para reconocer los documentos provenientes del extranjero, lo cual también aplica para el caso de los poderes. Existe ya una convención de la Haya, que prevé el apostillado para facilitar el reconocimiento de estos documentos. Sería recomendable promover que Guatemala se adhiera a dicha convención.

En materia de inversión, se busca que la propiedad privada sea protegida en forma efectiva y que se le de seguridad a la propiedad, pero en este sentido existe poca certeza a la protección de este derecho derivado de la facilidad con que pueden falsificarse instrumentos públicos y el poco control que se ejerce sobre la actividad notarial. Recientemente se hizo necesaria la creación de una agencia específica dentro del Ministerio Público para tratar estafas en el Registro de la Propiedad. Sería recomendable crear un procedimiento específico para anular escrituras falsas, en muchos casos éstas son evidentes (por ejemplo, se hacen en protocolos de notarios muertos) sin embargo el procedimiento actual para impugnarlas es un juicio ordinario de nulidad que puede tardar más de diez años.

También es necesario controlar las invasiones a la propiedad privada, penalizar y aplicar la pena para invasores y darle mayores herramientas de defensa al propietario.

Para proteger mejor la propiedad debe adaptarse y aceptar que no puede dársele una fe ciega a lo que un Notario y crear mecanismos para verificar que las propiedades hayan sido efectivamente vendidas a quien dice una escritura pública (por ejemplo, pedir comprobantes del pago y acompañarlos).

Una de los requerimientos que se ha tenido a nivel internacional en las negociaciones de acuerdos comerciales, principalmente en la negociación del Acuerdo de Asociación con la Unión Europea ha sido que Guatemala regule la competencia. Actualmente este tema está regulado a nivel constitucional (prohibición de monopolios), sin embargo la regulación de la competencia desleal es escasa y difícil de hacer efectiva en un juicio, además debe ser una regulación uniforme y coherente con la regulación de competencia desleal contenida en la Ley de Propiedad Industria. Existe un proyecto de ley de Competencia, sin embargo no se ha promovido su aprobación en el congreso.

En materia de sociedades, el procedimiento de apertura de una sociedad comercial sigue siendo lento y burocrático, el promedio de días para constituirla es de 39, y el proceso para cerrar una empresa conlleva muchos gastos y trámites administrativos, por lo que los comerciantes por lo general no cierran las empresas, sino que las dejan sin movimiento.

Existe poco control de sociedades con acciones al portador, recientemente se ha discutido una propuesta de ley para eliminar la posibilidad de las mismas, porque se han usado para actividades ilícitas (lavado de dinero, corrupción).

Aunque se prevé un juicio general sumario para los procedimientos mercantiles, debiera ser uno aún más ágil y antiformalista y también debería contarse con tribunales con competencias especializadas en temas comerciales. Actualmente los juzgados son civiles y mercantiles, no se ha hecho esa separación ni especialización, que se hace necesaria.

El Registro Mercantil genera suficientes fondos para ser más eficiente, pero más de la mitad de sus ingresos van al gobierno central y no se utilizan para mejorarlo, debiera de dársele más autonomía en el uso de sus recursos, además sólo existe un Registro Mercantil en la Ciudad, las oficinas regionales solo reciben documentos pero no tienen capacidad de registro, lo cual limita la posibilidad y aumenta el costo de abrir y operar sociedades o empresas en el interior. El costo de una sociedad anónima (del trámite) es aún una barrera para las PYMES, así como el requerimiento de tener un contador registrado para inscribir una sociedad en la Superintendencia de Administración Tributaria.

Recientemente se aprobó la ley para el Reconocimiento de Comunicaciones y Firmas Electrónicas, lo que significó un avance, al ser una ley más reciente que el Código Civil o el Código de Comercio, modifica varias

disposiciones que hacían rígida la forma de perfeccionar y darle validez a los contratos a distancia. El Ministerio de Economía abrió el mes de junio de 2009 el Registro de Prestadores de Servicios de Certificación, sin embargo aún faltan condiciones para hacer operativa la firma electrónica.

Procesos para hacer cumplir las obligaciones

Para un inversionista es de vital importancia tener los mecanismos legales para hacer valer los contratos tanto en juzgados ordinarios como en un arbitraje. El proceso civil y mercantil tiene las siguientes debilidades más importantes relacionadas con comercio e inversión:

- Las notificaciones (que son la forma oficial en que cualquier proceso se inicia) se pueden rechazar o evadir, lo cual hace prácticamente imposible en muchos caso demandar.
- En términos generales los procesos son muy formalistas y muchos casos se resuelven por la forma sin llegar a conocer el fondo.
- Una sentencia extranjera no se cumple automáticamente, debe llevarse un proceso y calificarse varias cuestiones que son de forma.

El arbitraje es una alternativa viable que debe impulsarse, sin embargo una de las mayores debilidades que tiene el sistema es que un árbitro carece de facultades para hacer valer medidas precautorias, se deben solicitar por un juez y esto abre la vía para que la parte afectada pueda dilatar el proceso con recursos.

Leyes de Promoción de Inversiones

La Ley de Inversión Extranjera, Decreto del congreso número 9-98, regula este tipo de inversión en Guatemala. Se prohíbe todo acto discriminatorio en contra de un inversionista extranjero o su inversión. El inversionista extranjero puede participar en el desarrollo de cualquier actividad económica lícita en el país, así como participar en cualquier proporción en el capital social de sociedades lucrativas organizadas de conformidad con la legislación guatemalteca. La Constitución especifica exclusiones para el interés general.

Cabe tomar en cuenta que si se trata de servicios públicos el Estado podrá, en caso de fuerza mayor y por el tiempo estrictamente necesario, intervenir las empresas.

Existen limitaciones a la inversión extranjera en los siguientes sectores: transporte, seguros y servicios profesionales reglamentados.

Las principales garantías y derechos que se contemplan son las siguientes:

- la garantía a la propiedad privada
- libertad de comercio,
- acceso a divisas,
- seguridad de la inversión,
- no hay doble tributación y
- solución de controversias

Estas garantías solo reiteran y desarrollan lo que la Constitución define.

Guatemala ha suscrito tratados bilaterales de Inversión con:

Alemania, Argentina, Bélgica y Luxemburgo, Chile, República de Corea, Cuba, República Checa, España, Finlandia, Francia, Israel, Italia, Países Bajos, Suecia, Taipei Chino.

Los TBI firmados por Guatemala son (fecha de la firma/fecha de entrada en vigor, entre paréntesis):

- Alemania (17-10-2003/19-01-2005);
- Argentina (21-04-1998/7-12-2002);
- Austria (16-01-2006/-);
- Bélgica y Luxemburgo (14-04-2005/1-09-2007);

- Chile (8-11-1996/13-10-2001);
- Corea, República de (01-08-2000/17-08-2002);
- Cuba (20-08-1999/10-08-2002);
- República Checa (08-07-2003/29-04-2005);
- España (09-12-2002/21-05-2004);
- Finlandia (14-04-2005/06-01-2004);
- Francia (27-05-1998/28-10-2001);
- Israel (07-11-2006/-);
- Italia (08-09-2003/03-03-2008);
- Países Bajos (18-V-2001/01-09-2002);
- Suecia (12-02-2004/01-07-2005);
- Suiza (09-09-2002/03-05-2005);
- Taipei Chino (02-11-1999/01-12-2001).

Guatemala es miembro de la Agencia Multilateral de Garantía de Inversiones (MIGA), y miembro del Centro Internacional de Arreglo de Diferencias relativas a Inversiones (CIADI). Guatemala firmó el Convenio sobre el CIADI en 1995, pero éste no entró en vigor para Guatemala hasta el 20 de febrero de 2003. El CIADI es el tribunal de diferencias relativas a inversión del CAFTA-DR.

Hasta la fecha sólo un caso se ha iniciado en el CIADI involucrando a Guatemala: Railroad Development Corporation vs. República de Guatemala (Caso CIADI No ARB/07/23). El caso involucra un reclamo de una empresa basada en los Estados Unidos que alega la expropiación indirecta de los activos de su filial local (Ferrovías de Guatemala) en 2006. El Gobierno de Guatemala considera infundados los reclamos.³²

Leyes de Promoción de Exportaciones

Ante la OMC existen tres regímenes de concesiones fiscales (maquilas, zonas francas y la zona de libre comercio e industria) consideradas dentro de las subvenciones a la exportación que Guatemala está comprometido a eliminar para el 2015. Estos regímenes están contenidos actualmente en los decretos 29-89. En el Congreso se está discutiendo un proyecto de reformas para éstas leyes. Estos instrumentos legales han sido herramientas importantes para impulsar determinados sectores, entre los que destaca el sector textil, y su eliminación tendrá un impacto negativo en las exportaciones, por lo que la estrategia de política comercial debe necesariamente tomar en cuenta la necesidad de sustituir estos regímenes por otros que estén conformes a los compromisos de OMC y a la vez proporcione ventajas e incentivos para la inversión. El Ministerio de Economía deberá participar en la revisión de estos regímenes y velar por que las reformas sean conformes a OMC.

Régimen Fiscal

El código tributario regula el nacimiento de la obligación tributaria, definiendo los sujetos de esta relación donde participará el sujeto activo, que es el Estado como ente público creador del tributo, y el sujeto pasivo que será obligado al cumplimiento de las obligaciones tributarias, ya en calidad de contribuyente o de responsable. El Estado tiene la capacidad de requerir por la vía judicial el pago de los tributos. Este código también establece principios tributarios y garantías para los contribuyentes.

Los impuestos en Guatemala deben estar basados en ley, este es el principio de legalidad contenido en la Constitución. Los principales impuestos en Guatemala están regulados en:

- La Ley del Impuesto al Valor agregado, que es un 12% general y aplica para en la mayoría de las transacciones comerciales como la compraventa, el arrendamiento de bienes inmuebles e inmuebles, la importación, la prestación de servicios.
- La Ley del Impuesto sobre la Renta, que grava la renta de fuente guatemalteca. Existen dos regímenes, un régimen de 31% en donde aplican deducciones y otro régimen simplificado de un 5% sobre la renta sin deducciones. Es relevante indicar que la renta gravada debe ser de fuente guatemalteca para que se

³²Organización Mundial del Comercio, Examen de las Políticas Comerciales de Guatemala de la Organización Mundial del Comercio (WT/TPR/S/210)

genere el impuesto sobre la renta, la renta que obtengan los guatemaltecos o las sociedades guatemaltecas en el exterior de fuente no guatemalteca no están gravados.

- Ley del Impuesto Único sobre inmuebles que grava la propiedad. Para propiedades de más de Q.70,000 es de 9 por millar anual.

El gobierno revisa constantemente estos impuestos y actualmente el ejecutivo está promoviendo una reforma fiscal.

Para ser un país de atracción de inversiones, se debe dar al inversionista estabilidad en cuanto a los impuestos aplicables.

c. Normativa Centroamericana

Guatemala formula su política comercial en el contexto de su participación en el Mercado Común Centroamericano (MCCA), cuyo proceso de integración ha cobrado mayor dinamismo en años recientes. El Tratado de Libre Comercio entre la República Dominicana, Centroamérica y los Estados Unidos (CAFTA-DR), en vigor en Guatemala desde julio de 2006, es de particular importancia debido a los cambios que ha conllevado al régimen comercial guatemalteco, así como a que Guatemala lleva a cabo tres cuartas partes de su comercio de mercancías con las partes al tratado.

Es importante exponer los instrumentos centroamericanos de integración económica, porque uno de los pilares de la política comercial de Guatemala debe ser profundizar esta integración, la cual no obstante inició en 1960 cuando se suscribió el Tratado General de Integración Económica Centroamericana, a la fecha aún no se ha perfeccionado un verdadero mercado común, solamente existe libre comercio de mercancías y la Unión Aduanera está aún en proceso. A continuación una breve reseña de los instrumentos de la Integración Centroamericana.

Tratado General de Integración Centroamericana

El Tratado General de Integración Centroamericana se suscribió en diciembre de 1960 y entró en vigencia en junio de 1961 para El Salvador, Guatemala y Nicaragua; para Honduras en abril de 1962, y finalmente para Costa Rica en noviembre de 1963.

Los elementos fundamentales contenidos en el mismo son:

- unificar las economías, impulsar en forma conjunta el desarrollo de Centroamérica,
- establecer un Mercado Común y constituir una Unión Aduanera entre sus territorios, para lo cual se comprometen a perfeccionar una Zona de Libre Comercio y adoptar un Arancel Uniforme. Además de señalar los productos sujetos al libre comercio (las excepciones se señalan en el Anexo A del Tratado,) se establece el formulario aduanero centroamericano para las operaciones de aduana en el comercio intrarregional; da los fundamentos para determinar impuestos internos a la producción, la venta, la distribución o el consumo; prohíbe las prácticas desleales de comercio; establece la plena libertad de tránsito intra-centroamericano de mercancías y vehículos, el trato nacional a empresas de construcción de obras de infraestructura y la integración industrial bancaria; dispone de la creación del Banco Centroamericano de Integración Económica;
- acuerda preservar la preferencia centroamericana, mantener la Cláusula Centroamericana de Excepción y
- crear las disposiciones reglamentarias aduaneras necesarias para el libre comercio, el tránsito de mercancías y la aplicación del Arancel Centroamericano Uniforme a la Importación, que dio origen a la aprobación del Código Aduanero Uniforme Centroamericano (CAUCA) y su reglamento.

El Convenio sobre el Régimen Arancelario y Aduanero Centroamericano

Este convenio entró en vigencia en el año 1985 (excepto para Honduras que fue en 1993) y establece las bases de la actual legislación arancelaria y aduanera regional, incluyendo el Arancel Centroamericano de Importación, cuya característica principal es la flexibilidad para las modificaciones arancelarias, que se realizan por el órgano regional competente, que es el Consejo de Ministros.

El Protocolo de Tegucigalpa a la Carta de la Organización de Estados Centroamericanos (ODECA)

El Protocolo de Tegucigalpa se firmó el 13 de diciembre de 1991. Mediante este se constituye el Sistema de Integración Centroamericana (SICA) (al cual se incorpora Panamá). El SICA inició su funcionamiento en febrero de 1993, con una serie de propósitos y principios entre los que se cuentan:

- consolidar la democracia y el respeto a los derechos humanos
- alcanzar una unión económica y fortalecer el sistema financiero centroamericano
- fortalecer la región como bloque económico para insertarlo exitosamente en la economía internacional
- fortalecer el desarrollo sostenible
- establecer acciones concretas dirigidas a la preservación del medio ambiente.

El Protocolo de Guatemala al Tratado General de Integración Económica Centroamericana

Con el fin de adaptar el Tratado General a la nueva institucionalidad creada por el Protocolo de Tegucigalpa, los Presidentes de Centroamérica suscribieron el 29 de octubre de 1993, el Protocolo de Guatemala, vigente para los cinco estados que son Parte de Tratado General.

Este nuevo instrumento mantiene las características del tratado marco, estableciendo las etapas a seguir para alcanzar "la unión económica", basándose en principios de legalidad, consenso, gradualidad, simultaneidad y complementariedad. La unión económica se alcanzará en forma gradual y flexible, manteniendo los compromisos de perfeccionamiento de la zona de libre comercio; coordinación y armonización de relaciones comerciales externas, hasta alcanzar una política conjunta; perfeccionamiento del Arancel Centroamericano de Importación (aplicable a terceros); establecimiento de la unión aduanera; procurar la libre movilidad de los factores productivos; e integración monetaria y financiera.

Unión Aduanera

El proceso de Unión Aduanera se inició entre Guatemala y El Salvador mediante la resolución 27-96 del Consejo de Ministros.

El 12 de diciembre de 2007 los Gobiernos de Centroamérica suscribieron el Convenio Marco para el Establecimiento de la Unión Aduanera Centroamericana el cual contiene las disposiciones jurídicas que consolidan los objetivos y principios necesarios para alcanzar la Unión Aduanera

La normativa centroamericana cuenta con diversos reglamentos para normar su comercio, estos son:

- El Reglamento Centroamericano sobre el Origen de las Mercancías y su Anexo de Reglas de Origen Específicas fue aprobado mediante Resolución No. 156-2006 (COMIECO-EX) y la No. 181-2006 (COMIECO). Dicho Reglamento se circunscribe al intercambio de mercancías regido por los instrumentos jurídicos de la integración económica centroamericana, el cual establece las normas para determinar el origen de las mercancías, con el fin de otorgar el régimen de libre comercio y define el procedimiento de verificación para los casos de duda sobre el origen de las mercancías. El Anexo contiene las reglas específicas que deben satisfacer las mercancías para ser consideradas como originarias.
- El Reglamento Centroamericano sobre Medidas de Salvaguardia se actualizó por medio de la Resolución No. 194 – 2007 (COMIECO XLIV). Desarrolla las disposiciones para la aplicación del artículo XIX del GATT

de 1994, el Acuerdo sobre salvaguardias de la OMC, así como las disposiciones del Protocolo de Guatemala y del Convenio sobre el Régimen Arancelario y Aduanero Centroamericano y sus Protocolos. Se aplica a las importaciones procedentes de terceros países.

- El Reglamento Centroamericano sobre Prácticas Desleales de Comercio se actualizó por medio de la Resolución No. 193 – 2007 (COMIECO XLIV). Desarrolla las disposiciones de los Acuerdos de la OMC, del Protocolo de Guatemala y del Convenio sobre el Régimen Arancelario y Aduanero Centroamericano; establece los procedimientos y medidas que deben aplicarse en los casos de prácticas desleales de comercio (dumping y subvenciones), tanto en las relaciones comerciales con terceros países como en las relaciones comerciales intraregionales; y regula la imposición de derechos antidumping o derechos compensatorios.
- Régimen de Tránsito Aduanero Internacional Terrestre. La Resolución 65-2001 (COMRIEDRE) establece el Régimen de Tránsito Internacional Terrestre, así como su formulario de declaración e instructivo. El objetivo de este instrumento es facilitar, armonizar y simplificar los procedimientos utilizados en las operaciones de tránsito aduanero internacional efectuados por vía terrestre para las mercancías procedentes u originarias de los países signatarios y de terceros países, siempre y cuando la operación de tránsito se inicie en un Estado Parte y concluye en otro Estado Parte. Este Reglamento se aplica también en el tránsito de mercancías con Panamá.
- Medidas de Normalización, Metrología y Procedimientos de Autorización. El Reglamento de Medias de Normalización, Metrología y Procedimientos de Autorización se aprobó por medio de la Resolución 37-99 (COMIECO). Este instrumento desarrolla las disposiciones del Protocolo de Guatemala y del Acuerdo sobre Obstáculos Técnicos al Comercio de la OMC, con el objeto que las medidas de normalización, procedimientos de autorización y de gestión metroológica de los Estados Parte no creen obstáculos innecesarios al comercio intraregional.
- Medidas y Procedimientos Sanitarios y Fitosanitarios. La Resolución 37-99 (COMIECO), establece el Reglamento Centroamericano en esta materia. Su objeto es regular las medidas sanitarias y fitosanitarias que los países pueden adoptar para proteger la vida y salud humana y de los animales o para preservar la sanidad de los vegetales.
- Mecanismo de Solución de Controversias Comerciales entre Centroamérica. Se estableció por medio de la Resolución 106-2003 (COMIECO), la Resolución 111-2003 (COMIECO), y la Resolución No. 170-2006 (COMIECO-XLIX). El mecanismo permite a los Estados Parte solucionar sus controversias en materia comercial de una manera adecuada, coherente y expedita, siguiendo un procedimiento seguro y previsible.³³

Acuerdo de Asociación Unión Europea-Centroamérica

Se firmó en mayo de 2010 uno de los compromisos más importantes es que Centroamérica deberá perfeccionar su integración y formar un solo mercado, incluyendo también a Panamá.

Legislación aduanera

Desde de agosto de 2008 Guatemala se rige bajo el Código Aduanero Uniforme Centroamericano (CAUCA IV) y su Reglamento (RECAUCA). La Superintendencia de Administración Tributaria (SAT) es el órgano encargado de la administración aduanera y desarrolla todos los procedimientos internos en base al marco normativo del CAUCA y RECAUCA. La mayoría de las importaciones deben ir acompañada de una declaración de aduanas, a la que debe adjuntarse la factura comercial, los documentos de transporte, un certificado de origen, y cualquier permiso que se requiera, según las mercancías que hayan de importarse. Si el valor de las importaciones F.O.B. excede de US\$500.00 se requiere la intervención de un agente de aduanas a menos que sean importaciones originarias del Mercado Común Centroamericano.

³³ Secretaría de Integración Económica Centroamericana, Estado de situación de la Integración Económica Centroamericana, octubre 2009

La SAT realiza verificaciones aleatorias de la información en la declaración de aduanas o inspecciones físicas. Entre los productos que suelen estar sujetos a mayor control figuran los productos de línea blanca, llantas, ropa usada, textiles y electrodomésticos, así como los embarques consolidados. Los procedimientos aduaneros y el despacho de las importaciones llevan entre cuatro y seis horas aproximadamente; en el caso de que haya inspección física, el despacho lleva menos de 24 horas.³⁴

d. Marco Legal para la Implementación de la Política Comercial

Ley del Organismo Ejecutivo

El Decreto 114-97 del Congreso de la República establece la forma en que diferentes ministerios desarrollarán las potestades que son establecidas para el mismo.

En su artículo 32 señala en general que el Ministerio de Economía (MINECO) es el ente estatal encargado de las materias de comercio exterior y de inversiones. Estas funciones y la estructura que contará para ello, son especificadas en el Reglamento Orgánico del MINECO, Acuerdo Gubernativo 182-2000.

Facultades conforme a la legislación

La estructura administrativa de los Ministerios en cuanto a su función sustantiva, se conforma por el Despacho Ministerial, integrado por el Ministro y los Viceministros, las Direcciones Generales y los Departamentos. Cada Ministerio podrá decidir por otras denominaciones, pero no podrán exceder del número de niveles administrativos previstos en este artículo. La estructuración ministerial debe plasmarse mediante su reglamento orgánico interno, el cual se emitirá mediante acuerdo gubernativo (artículo 24).

Por otro lado y a través de acuerdos ministeriales, los ministros podrán crear y suprimir Unidades Especiales de Ejecución, las cuales llevarán a cabo planes, programas o proyectos específicos y serán dependencias de carácter temporal (artículo 25).

Respecto al MINECO (artículo 32), refiere que le corresponde, relacionado de alguna manera con el tema de comercio exterior, hacer cumplir el régimen jurídico relativo al comercio interno y externo, el fomento a la competencia, la inversión nacional y extranjera y la promoción a la competitividad, del desarrollo industrial y comercial. Para ello, posee como funciones principales:

- i. Formular y ejecutar la política arancelaria, de inversión, de promoción de la competitividad, del desarrollo industrial y comercial, y proponer las directrices para su ejecución.
- ii. Conducir, por delegación del Presidente de la República, las negociaciones de los convenios y tratados de comercio regionales centroamericanos así como internacionales bilaterales y multilaterales, y una vez vigentes, encargarse de su administración.
- iii. Proponer al Organismo Ejecutivo, en coordinación con los otros ministerios y organismos del Estado, las especificaciones y normas técnicas y de calidad de la producción nacional.

Cabe mencionar que la misma ley establece competencias específicas relativas al comercio exterior, a otros dos Ministerios. El primero de ellos es el Ministerio de Agricultura, Ganadería y Alimentación (artículo 29), el cual está encargado de diseñar, en coordinación con el MINECO, las políticas de comercio exterior de productos agropecuarios e hidrobiológicos.

Asimismo, debemos recordar que es el competente en materia de formulación y aplicación de medidas sanitarias y fitosanitarias, las cuales tienen un indudable efecto en el intercambio de bienes con otros países.

Igualmente, en el caso del Ministerio de Relaciones Exteriores (artículo 38), le corresponde la formulación de

³⁴ Foreign Trade Information System, 2008

las políticas y la aplicación del régimen jurídico relativo a las relaciones del país con otros Estados y personas o instituciones jurídicas de derecho internacional, así como de los tratados y convenios internacionales. Para ello, específicamente debe coordinar, analizar, apoyar y dar seguimiento a la negociación de convenios comerciales, de inversiones, servicios y otras materias que se vinculan con el comercio exterior. También tiene a su cargo el estudiar y analizar el desenvolvimiento de los acontecimientos económicos y comerciales que acaezcan en el mundo.

El resto de Ministerios tienen también vinculación con el tema, aunque la ley no lo indique expresamente. Así, tenemos al Ministerio de Finanzas Públicas quien vigila la dimensión de los compromisos tributarios que se asuman para no afectar al erario público hasta cierto nivel, los Ministerios de Trabajo y de Previsión Social y de Ambiente y Recursos Naturales que intervienen en la negociación de Acuerdos paralelos de sus materias, el Ministerio de Comunicaciones, Transportes, Obras Públicas y Vivienda que participa en la elaboración de políticas vinculadas a servicios y compras de gobierno, etcétera.

El MINECO también se regula de acuerdo a su reglamento interno (Acuerdo Gubernativo 182-2000). Este instrumento legal, en su artículo 2, señala que corresponde al Ministerio respecto al tema de nuestro interés ***“...hacer cumplir el régimen jurídico...del comercio interno y externo,...del fomento a la competencia, de la inversión nacional y extranjera, de promoción a la competitividad...”***.

Asimismo, el artículo 3 señala como parte de sus funciones “...Formular y ejecutar la política de inversión nacional y extranjera, de promoción de la competitividad...Conducir, por delegación del Presidente de la República ³⁵, las negociaciones de los convenios y tratados de comercio internacional bilateral y multilateral, y una vez aprobados y ratificados, encargarse de su ejecución...Proponer al Organismo Ejecutivo, en coordinación con los otros ministerios y organismos del Estado y con los sectores e instituciones interesados, las especificaciones y normas técnicas y de calidad de producción nacional...Formular y ejecutar de conformidad con la ley, la política arancelaria del país, y coordinar, analizar y dar seguimiento a los procesos de integración económica centroamericana y de negociación de tratados de libre comercio...”.

Estructura administrativa del Ministerio de Economía

La dirige el Ministro de Economía, quien es el encargado de los temas de competencia de la entidad desde los puntos de vista político, técnico y administrativo.

Para el despacho de los asuntos oficiales cuenta con los Viceministros de Inversión y Competencia, de Integración y Comercio Exterior y de Desarrollo de la Microempresa Pequeña y Mediana Empresa (artículo 4).

El vice despacho de mayor interés en asuntos de comercio e inversión es el de Integración y Comercio Exterior. Sin embargo, el Viceministro de Inversión y Competencia, posee varios encargos dentro de su competencia que se vinculan grandemente con el comercio exterior. Dentro de ello podemos mencionar ***“...Facilitar el establecimiento y operación de sistemas de aseguramiento de la calidad...;...Velar porque la reglamentación técnica en el país sea congruente con los convenios, tratados y acuerdos comerciales vigentes;...Administrar en los aspectos de sus competencia, los regímenes e incentivos a la inversión y fomento a la producción y exportación, establecidos por la ley;...Conformar y coordinar sistemas de información para orientar a los exportadores sobre las condiciones de acceso a los mercados...”*** (Artículo 6).

Al Viceministro de Integración y Comercio Exterior se le otorga la atribución de impulsar las políticas de comercio exterior. Este funcionario se entiende que es el eje sobre el cual se desarrolla y aplica la política comercial externa de Guatemala.

³⁵ Conforme al artículo 183, literal (o) de la Constitución Política de la República.

De esta manera, todas sus funciones concretas se dirigen hacia ello y estas pueden ser resumidas en el siguiente (Artículo 7):

- i. Coordinar al Sector Público en materia de comercio exterior;
- ii. Conducir las negociaciones de los foros, convenios y los tratados de comercio internacional, incluyendo los de promoción y protección de inversiones;
- iii. Administrar los convenios y tratados vigentes, vigilando su cumplimiento y protegiendo los derechos nacionales;
- iv. Coadyuvar a la integración económica y comercial centroamericana;
- v. Elaborar los instrumentos para la ejecución política arancelaria del país;
- vi. Impulsar el desarrollo y promoción de las exportaciones del país, dentro de lo cual debe establecer sistemas de información y orientación, así como diseñar y desarrollar redes de inteligencia comercial.

El Reglamento establece “unidades de ejecución”, las cuales no se indica específicamente de qué vice ministerio dependen, por lo cual se entiende que corresponderá según la materia que se trate.

Respecto a la estructura administrativa dentro del área de comercio exterior, como unidades que indudablemente se encuentran dentro del área de comercio exterior encontramos a la Dirección de Política Comercial Externa (artículo 14), la cual tiene como objetivos actuar como contraparte de la Misión Permanente ante la OMC, apoyar al Viceministro en el diseño y negociación de tratados de libre comercio, impulsar el desarrollo del proceso de integración centroamericana y promover la expansión de la base exportable.

La Dirección se integra por cuatro Departamentos: OMC, Tratados de Libre Comercio, Integración Económica y Promoción de Exportaciones. Como parte de sus principales funciones se encuentran:

- i. Propiciar la armonización de la legislación nacional respecto de la normativa internacional del comercio;
- vii. Elaborar bases técnicas de sustentación a las posiciones nacionales en los organismos internacionales;
- viii. Preparar el marco general de las negociaciones para los distintos frentes y temas aprobados, incluyendo el de la integración regional, así como dirigir y orientar procesos internos de consulta;
- ix. Realizar análisis y estudios sobre los temas de su competencia;
- x. Contribuir el fomento y promoción de las exportaciones.

También se encuentra establecida la Dirección de Administración del Comercio Exterior (artículo 15), la cual se encarga de la ejecución y funcionamiento de los instrumentos económico – comerciales de carácter internacional vigentes, propiciando su óptimo aprovechamiento. Está integrada por dos Departamentos: Aspectos Normativos de Comercio y de Aplicación de Acuerdos Económicos. Sus funciones principales son las siguientes:

- i. Establecer procedimientos para la aplicación de los instrumentos;
- ii. Propiciar la armonización legal para facilitar el cumplimiento de los compromisos contraídos y el ejercicio de los derechos derivados de los instrumentos;
- iii. Consultar y orientar a los productores nacionales y contribuir a la actualización y difusión de información;
- iv. Proponer modificaciones arancelarias;
- v. Administrar los contingentes arancelarios u otros mecanismos similares.

La Dirección de Servicios al Comercio y a la Inversión (artículo 10), tiene como objetivo el propiciar los actos de comercio e inversión a través de la prestación de servicios eficientes y oportunos. Cuenta con los Departamentos

de Política Industrial y de Promoción de la Inversión. Sus principales funciones son:

- i. Facilitar la expedición de los documentos comerciales requeridos para el comercio, la inversión y la exportación, y proponer mecanismos y sistemas para ello;
- ii. Estimular y atraer nuevas inversiones, así como orientar y asesorar al inversionista;
- iii. Coordinar actividades con instituciones estatales que intervienen en el proceso de inversiones y establecer registro y control estadístico de las inversiones;
- iv. Administrar los regímenes de incentivos, de fomento de las exportaciones y desarrollo de zonas francas;

Las Direcciones de Política Comercial Externa y la de de Administración del Comercio Exterior dependen funcionalmente del Viceministro de Integración y Comercio Exterior, mientras que la de Servicios al Comercio y a la Inversión del Viceministro de Inversión y Competencia.

Otras unidades de ejecución que tienen relación con el comercio internacional son la Dirección de programas y proyectos de cooperación, cuyo objetivo es realizar labores de centralización y coordinación (artículo 9); la Dirección del Sistema Nacional de Calidad, creada para dirigir, coordinar y unificar las actividades y la política de fijación de normas, así como promover la competitividad (artículo 11); la Dirección de Promoción de la Competencia, cuyo rol es el estimular la inserción de la actividad económica nacional en el mercado interno y externo (artículo 12); y la Dirección de Análisis Económico, que se encarga del procesamiento de la información económica, social y política nacional e internacional para sustentar las decisiones ministeriales (artículo 16). Esta Dirección depende funcionalmente del Viceministro de Integración y Comercio Exterior.

Por otro lado, existen también “unidades de asesoría”, dentro de las cuales destaca la Dirección de Asuntos Jurídicos, que es la encargada de asesorar y velar porque las actuaciones técnico – administrativas del Ministerio, queden enmarcadas dentro de la normativa jurídica. Se encuentra igualmente la Asesoría de Política Económica, que tiene como objetivo captar, recopilar y analizar información económica, política y social nacional e internacional para prestar al Despacho Ministerial asesoría sobre política económica.

Cabe indicar que el Reglamento no establece ninguna facultad al Ministro para reformar la estructura organizativa establecida en el mismo.

Participación del Sector privado

El sector privado participa en la formulación de la política comercial a través de su participación en grupos “ad hoc” y está representado en el Consejo Nacional de Promoción de Exportaciones (CONAPEX).

Conforme al Acuerdo Gubernativo 367-86 modificado por Acuerdo Gubernativo 399-90, su función principal es proponer al Presidente de la República la política nacional de promoción, diversificación e incremento de exportaciones, el turismo y las inversiones, así como velar por la ejecución de la misma. Propone una política integrada de comercio exteriores, basada en la competitividad y el acceso a nuevos mercados a través de las negociaciones comerciales preferenciales y los tratados de libre comercio.

Es el ente político encargado de dar recomendaciones al MINECO en temas relacionados con promoción de exportaciones.

Acuerdos de libre comercio

Guatemala es miembro de la OMC y además cuenta con varios acuerdos comerciales, por lo que la política comercial debe contemplar herramientas específicas de aprovechamiento de dichos acuerdos comerciales y enfocar sus estrategias en los mercados con los que ya se cuenta con un acuerdo preferencial.

Los acuerdos de integración económica fueron expuestos anteriormente y la política comercial debe profundizar la integración centroamericana considerando que su mercado natural principal es la región. Además la política comercial debe aprovechar los marcos legales creados por los acuerdos comerciales que Guatemala tiene vigentes.

También deben considerarse los mercados en los que Guatemala disfruta de preferencias arancelarias concedidas unilateralmente y estos son:

- Australia,
- Canadá,
- Japón,
- Noruega,
- Nueva Zelandia,
- Rusia,
- Unión Europea.

Guatemala tiene vigentes los siguientes acuerdos de libre comercio

- Tratado de Libre Comercio entre El Salvador, Guatemala, Honduras y México
- Tratado de Libre Comercio entre Centroamérica y República Dominicana
- Tratado de Libre Comercio entre Centroamérica y Panamá
- Tratado de Libre Comercio entre RD-CD y Estados Unidos
- Tratado de Libre Comercio entre Guatemala y la República de China (Taiwan)
- Tratado de Libre Comercio entre El Salvador, Guatemala, Honduras y Colombia
- Tratado de Libre Comercio entre Centroamérica y Chile

En mayo de 2010, Guatemala, junto con los miembros de Centroamérica firmaron el Acuerdo de Asociación entre Centroamérica y la Unión Europea, que tiene por objeto mejorar el diálogo político entre las regiones, intensificar la cooperación en varios ámbitos, y facilitar los flujos de comercio e inversiones. El acuerdo incluye aspectos relativos al comercio de bienes, al comercio de servicios y el establecimiento de empresas, la contratación pública, propiedad intelectual, competencia, comercio y desarrollo sostenible, y solución de controversias y aspectos institucionales. Aún quedan pendientes varios pasos legales para que este acuerdo entre en vigencia.

2. Conclusiones

a. Acciones Legales Prioritarias

Sustitución de los incentivos actuales

Los principales instrumentos legales de que Guatemala para la promoción de las exportaciones en los últimos veinte años son el Decreto No 65-89 (Ley de Zonas Francas) de 14 de noviembre de 1989, y el Decreto No 29-89 de 23 de mayo de 1989 (Ley de Fomento y Desarrollo de la Actividad Exportadora y de Maquila). Aproximadamente un cuarenta por ciento de las exportaciones totales del país gozan de este beneficio.

Los incentivos en los que se fundamentan estas leyes son exenciones de impuestos que significan un sacrificio para el fisco, y son consideradas subvenciones prohibidas de acuerdo al artículo 3 del Acuerdo SMC, porque están supeditadas de jure o de facto a los resultados de exportación, como condición única o entre otras varias condiciones ("subvenciones a la exportación"). Guatemala ha podido mantener dichas subvenciones porque ha negociado permisos (waivers) en la OMC para poder mantenerlos por ser un país en desarrollo. Ahora bien, no se podrá utilizarlos a partir del 2015.

El desarrollo de una política comercial y de inversiones ha de considerar que a corto plazo Guatemala desmantelará estos beneficios y contemplar programas alternos que sustituyan las subvenciones prohibidas por incentivos no prohibidos.

Considerando que este desmantelamiento afectará aproximadamente un cuarenta por ciento de las exportaciones, resulta una prioridad urgente y esencial para la política comercial la formulación de programas sustitutorios, estos programas deben crearse por medio de una ley si afectan tributos de una u otra forma. El Ministerio de Economía por medio del Ejecutivo tiene iniciativa de ley para proponer un proyecto que sustituya a estos dos instrumentos. Actualmente, el MINECO no ha promovido una iniciativa específica, por lo que deberá trabajarse en una.

Formalizar el ente executor de las decisiones del CONAPEX

El CONAPEX se creó por Acuerdo Gubernativo emitido por el Presidente. El Ministerio de Economía ha enviado en varias ocasiones a la Secretaría de la Presidencia un proyecto de modificación de Conapex, aún no aprobado. Deberá trabajarse en este proyecto de modificación para crear un órgano técnico. Deben buscarse opciones; la forma más ágil para establecerlo sería mediante resoluciones internas del Ministerio de Economía, que no requieran aprobación de la Secretaría de la Presidencia.

Existen varias opciones para formar este órgano técnico, entre las que se encuentran:

1. El Ministerio de Economía nombra un funcionario responsable de la secretaría técnica y de dar seguimiento a las decisiones emanadas del CONAPEX, coordinando las acciones con los demás entes del Ministerio de Economía. El Ministro tiene facultades legales para organizar el Ministerio y distribuir sus funciones, esto conllevaría una reorganización interna a nivel del Ministerio de Economía. Si no se altera el Reglamento interno del MINECO no ser requeriría de la aprobación del Presidente.

2. Se promueve una modificación por medio de un Acuerdo Gubernativo emitido por el presidente. En este caso, debe obtenerse la aprobación de la Secretaría de la Presidencia. El primer paso sería trabajar sobre el proyecto que ha presentado ya el Ministerio de Economía buscando una aprobación.

3. El CONAPEX fue creado por un Acuerdo Gubernativo que puede ser derogado en cualquier momento por un Presidente. Para crear un órgano asesor en materia de política comercial y de inversiones que pueda ser sostenible a largo plazo se requiere de un proyecto de ley. Este sería un proceso a largo plazo.

Pueden combinarse las opciones y proponer como solución más ágil la designación de un funcionario que por

delegación del Ministro ejecute, de seguimiento y coordine las decisiones de CONAPEX, mientras se trabaja en un proyecto de reforma de acuerdo gubernativo y una iniciativa de ley a largo plazo.

b. Acciones Legales a Desarrollar a Corto Plazo

Ley de Comercio Exterior

Guatemala no cuenta con una ley de comercio exterior que proporcione al productor nacional (o inversión extranjera) herramientas para poder aplicar eficazmente los instrumentos y derechos relacionados con defensa comercial. Por lo general una ley de comercio exterior establece las facultades de los diversos actores dentro de Ministerio de Economía y lo organiza (en este sentido debería desarrollar lo que establece la ley orgánica del Ministerio de Economía y su reglamento), y regular temas de origen, aranceles, restricciones no arancelarias, mercado y etiquetado, normas técnicas, comercio desleal, discriminación de precios, subvenciones, procedimientos relacionados con prácticas desleales de comercio y salvaguardias, instrumentos de promoción del comercio y recursos.

Muchos de estos temas se encuentran cubiertos por la normativa centroamericana antes descrita. Por ello, deberá hacerse una remisión a ésta y desarrollar los temas para implementarlos adecuadamente. Una herramienta de esta naturaleza facilitaría la aplicación de los derechos y obligaciones contenidos en los instrumentos comerciales vigentes para Guatemala, poniendo las reglas del comercio en una forma clara.

No disponer de procedimientos o mecanismos para activar los derechos que Guatemala tiene de acuerdo a un tratado, convierte a éstos en difíciles de aprovechar y a los productores vulnerables a una práctica de comercio desleal.

Ley de Competencia

Guatemala es el único país que no cuenta con una ley de Competencia. Uno de los compromisos recientemente adquiridos por país como consecuencia de la firma del Acuerdo de Asociación con la Unión Europea es el de implementar normativa relativa al Derecho de la Competencia.

c. ACCIONES A TOMAR A MEDIANO PLAZO

Revisión de la legislación ordinaria

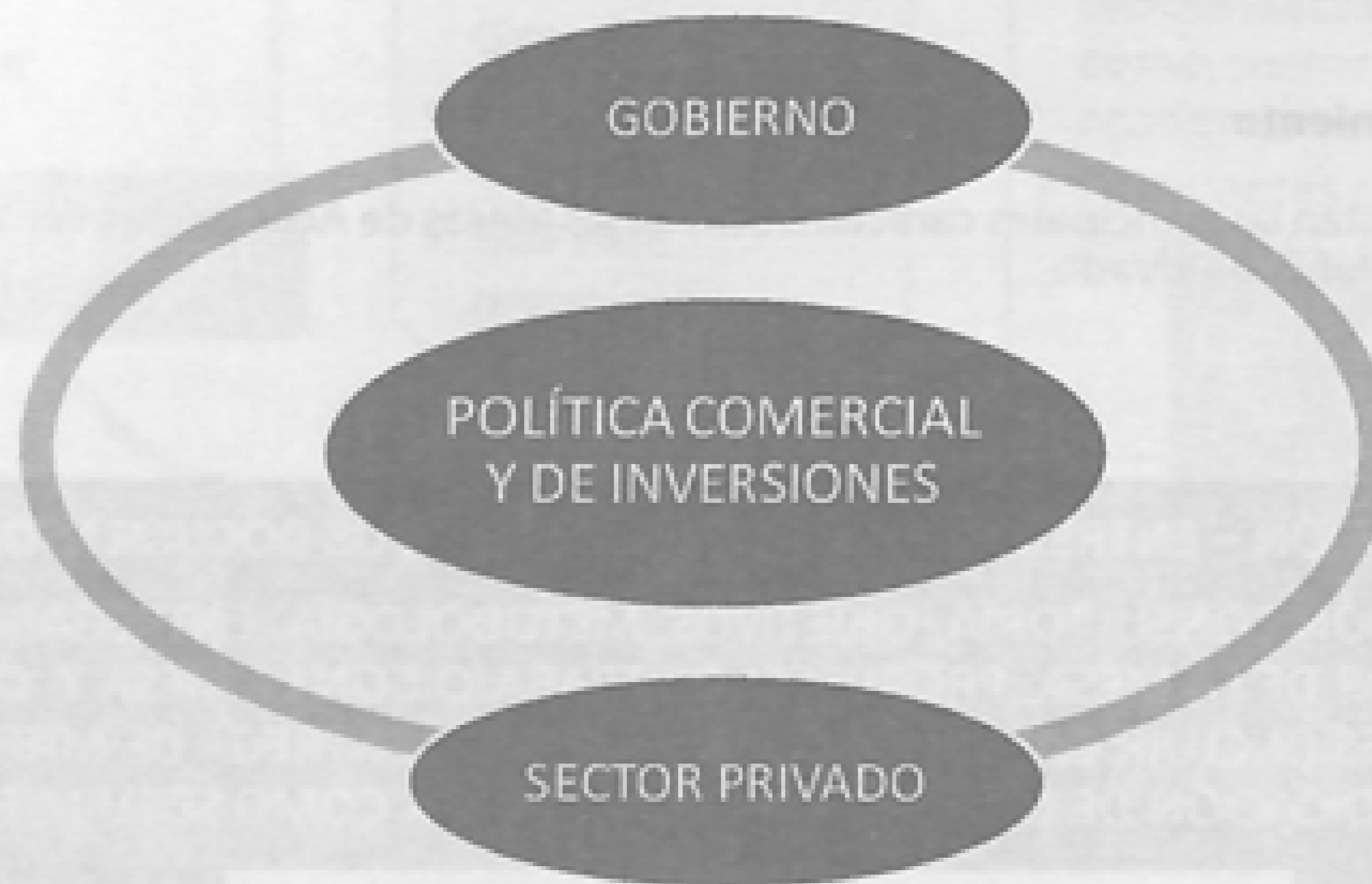
Los instrumentos jurídicos fundamentales en materia contractual han de ser revisados para adaptarlos a los negocios comerciales actuales. Se debe buscar eliminar la excesiva formalización y la burocratización de los procesos, agilizar los procedimientos y perseguir la seguridad jurídica para crear un clima de negocios favorable al inversionista local y extranjero.

En este estudio se identificaron algunos temas puntuales a debatir para su reforma y actualización. Ahora bien, este es un trabajo a mediano plazo y deberá de analizarse cada cuerpo legal con mayor detalle.

3. Diálogo público - privado

a. Interacción Público-Privada

La articulación del Diálogo Público-Privado tiene como objetivo principal la consolidación de una agenda a corto, mediano y largo plazo que interprete la visión estratégica nacional respecto a la política de comercio exterior y atracción de inversión y contribuya a fortalecerla.



SUJETOS RELEVANTES DE LA POLÍTICA COMERCIAL Y DE INVERSIÓN:
OBJETO DE LA POLÍTICA:

ESTADO y EMPRESA
PROSPERIDAD COLECTIVA

La revisión de la política comercial y de inversiones y su adaptación a los cambiantes retos del entorno comercial global y del flujo de las inversiones directas exige, a nivel nacional, la obligada coordinación y consulta entre los sectores público y privado, siempre en torno a la agenda de país.

La heterogeneidad de intereses propios del sector privado requieren una articulación a partir de los lineamientos de interés general, de forma que sin perjuicio de esa heterogeneidad, se atiendan las aspiraciones comunes respecto de facilitación, complementariedad, oportunidades y desarrollo.

b. Objetivo de Diálogo

Los principales objetivos perseguidos con el Diálogo Público-Privado son:

- Generar Intereses Comunes / Mantener el Optimismo y alcanzar mejores resultados económicos Generar condiciones para lograr altas tasas de crecimiento en los distintos sectores productivos.
- Asegurar la sostenibilidad de los sectores
- Atraer mayores volúmenes de inversión
- Generar más empleo y de mayor calidad

c. Justificación

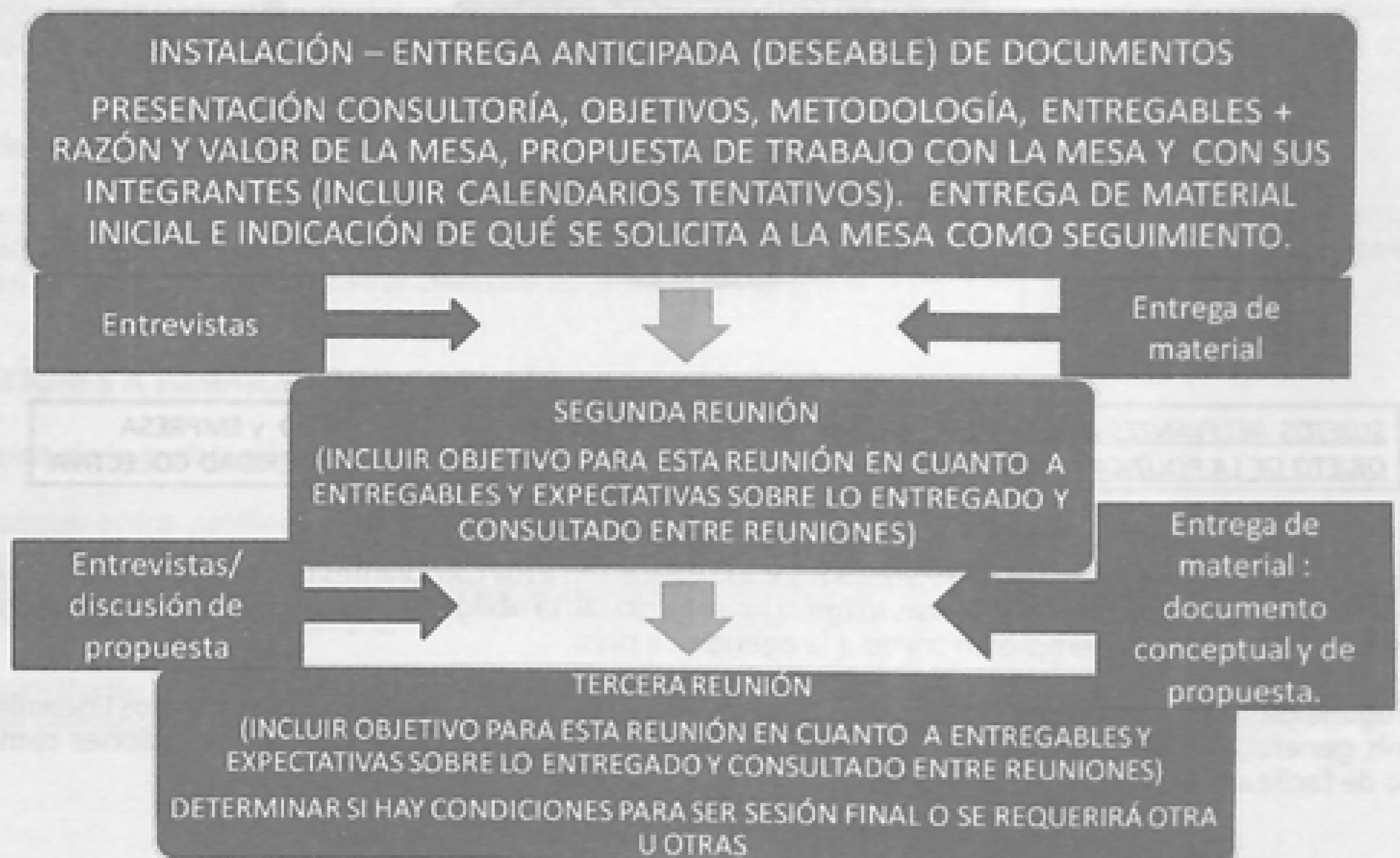
Las principales razones que justifican la puesta en marcha del Diálogo Público-Privado propuesto son:

- Existencia de problemas de articulación y coordinación intragubernamental; entre el sector gobierno y el sector privado; y, entre actores que componen la cadena de valor en varios sectores.
- Reducida capacidad de gestión y servicio por parte de entes de Gobierno que han de desarrollar un rol de facilitación y acompañamiento (el Estado como proveedor de servicios para la agenda comercial y las inversiones).
- Armonización de líneas generales y universales de política comercial y de inversión entre actores privados.

d. Mesa de Acompañamiento

A continuación se presentan las principales características de las Mesas de Acompañamiento, como instrumento articulador del Diálogo Público-Privado.

Diseño

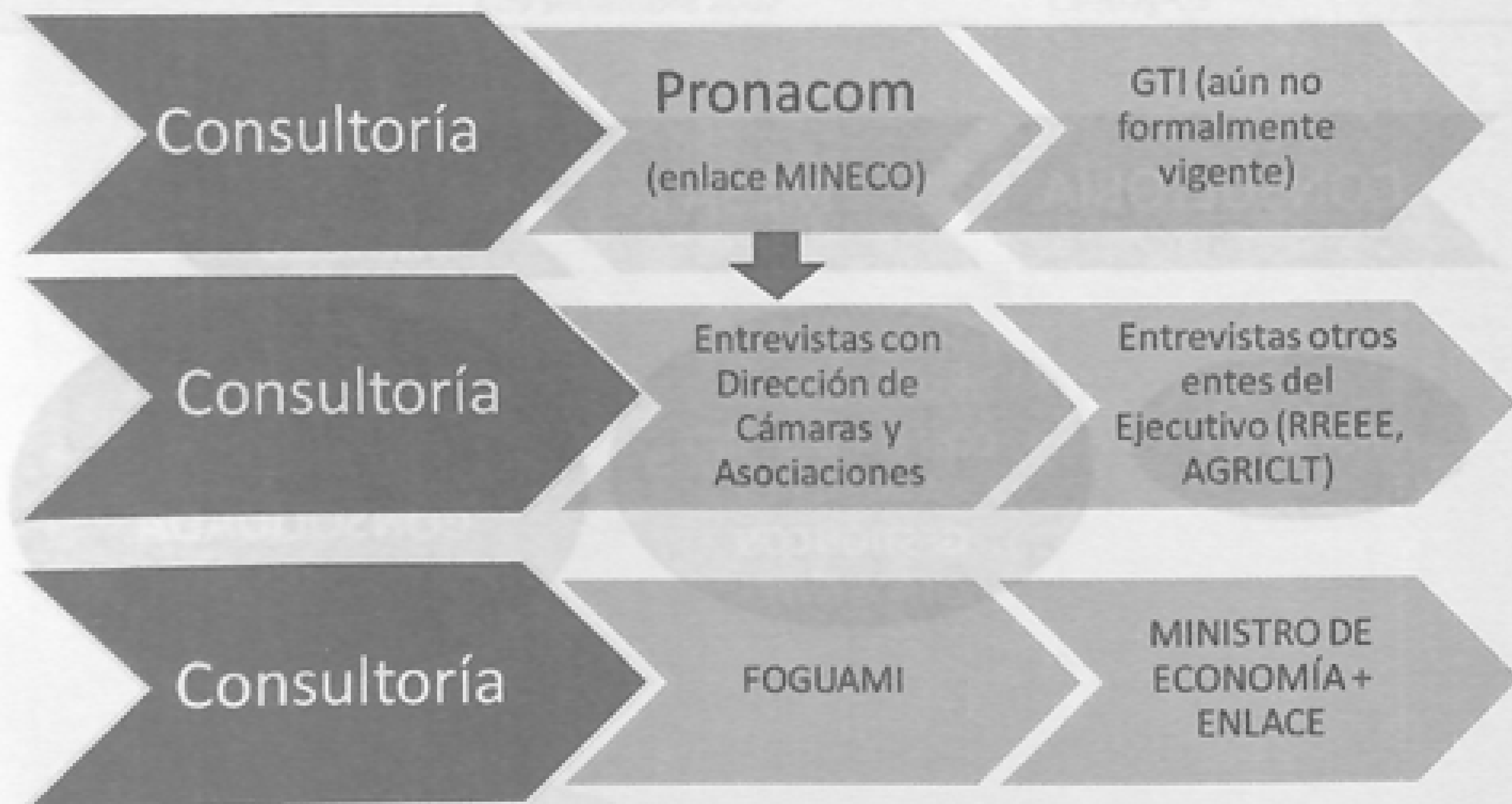


Participantes

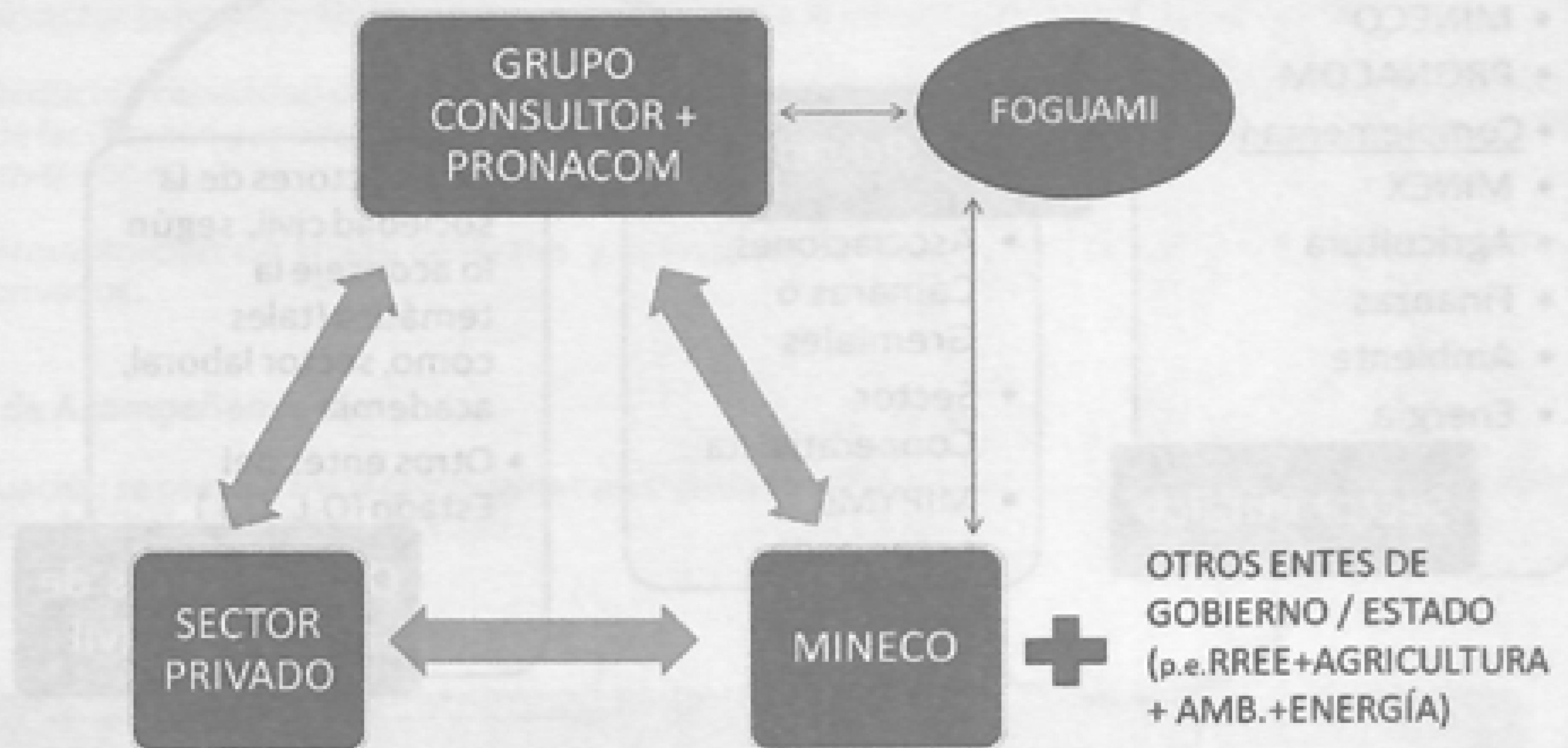
5. Legislación civil y comercial



Canales de Diálogo



Articulación



Metodología de Puesta en Marcha



4. Legislación civil y comercial

a. Tratados Bilaterales de Inversión (BIT'S) Vigentes en Guatemala

Acuerdo/Parte(s)	Fecha de suscripción	Entrada en vigencia
Alemania	17-Oct-03	19-Jan-05
Argentina	21-Apr-98	7-Dec-02
Austria	16-Enero-2006	
Bélgica y Luxemburgo	14-Apr-05	1-Sep-07
República Checa	8-Jul-03	29-Apr-05
Chile	8-Nov-96	13-Oct-01
República de China (Taiwán)	2-Nov-99	1-Dec-01
República de Corea	1-Aug-00	17-Aug-02
España	9-Dec-02	21-May-04
Finlandia	14-Apr-05	6-Jan-04
Francia	26-May-98	28-Oct-01
Italia	8-Sep-03	3-Mar-08
Israel	7-Enero-2006	
Países Bajos	23-May-02	01-sep-2002
Suecia	12-Feb-04	1-Jul-05
Suiza	09 setiembre 2002	3-May-05

b. Recopilación Legislativo			
Instrumento Jurídico	Base Legal	Temas relacionados con el comercio e Inversión	Observaciones
Legislación Civil y Comercial			
Constitución Política de la República	Asamblea Constituyente 1986	<ul style="list-style-type: none"> a. Derecho a la Propiedad y expropiación b. Libertad de industria, comercio y trabajo c. Preeminencia del Derecho Internacional en materia de derechos humanos d. Principios de Integración Centroamericana e. Economía de Mercado 	<p>La Constitución política da herramientas para poder desarrollar e implementar una política comercial moderna.</p> <p>La Constitución garantiza el derecho de propiedad y de libre industria y comercio. La misma constitución da las bases para fortalecer la integración centroamericana.</p>
Código Civil	Decreto ley 106 y sus reformas contenidas en: Decreto Ley 156 Decreto Ley 180 Decreto ley 218 Decreto del congreso 2-70 Decreto del Congreso 38-76 Decreto ley 72-84 Decreto ley 124-85 y los siguientes decretos todos del congreso 29-95, 38-95, 67-95, 14-96, 20-97, 69-97, 85-97, 114-97, 80-98, 27-99, 53-99, 33-2000, 34-2001, 17-2002, 90-2005, 42-2006, 08-2007, 51-2007, 77-2007, 23-2008	<ul style="list-style-type: none"> a. Es la ley supletoria en cuanto a todo lo que no regulen específicamente las leyes especiales (son principios de derecho básicos) b. Derechos reales (propiedad) c. Registro de la Propiedad d. Derecho de las Obligaciones e. Contratos 	<p>Se podrían sugerir y modernizar varias disposiciones del código civil, sin embargo en materia de comercio e inversión vemos con especial relevancia lo siguientes:</p> <ul style="list-style-type: none"> a. Modernización en asuntos contractuales El código tiene más de 40 años. Ha recibido 28 reformas, las mismas se han concentrado en derecho de familia, algunas del Registro de la Propiedad y Registro de Personas. Aun existen disposiciones de forma que tienen incidencia en una relación contractual (por ejemplo un contrato con un valor mayor de Q.300 debe constar por escrito, lo que le resta valor a los contratos verbales) b. Propiedad inmueble Respecto de regulaciones relacionadas con la propiedad inmueble y la operación del Registro de la Propiedad, el poco control sobre la actividad notarial hace vulnerable el derecho de propiedad a través de ilícitos como las falsificaciones. c. Documentos provenientes del extranjero: Los poderes que provienen del extranjero deben seguir pases de ley, se recomienda que se promueva el apostillado.

Instrumento Jurídico	Base Legal	Temas relacionados con el comercio e inversión	Observaciones
Legislación Civil y Comercial			
Código de Comercio	Decreto Ley 2-70, modificado por los contenido en los decretos de congreso números: 43-70, 104-70, 65-71, 40-72, 59-73, 42-78, 29-95, 34-96, 58-96, 8-98, 33-98, 40-99, 33-2003	<ul style="list-style-type: none"> a. Comerciantes y Sociedades b. Contratos Mercantiles c. Títulos de Crédito d. Registro Mercantil 	<p>A pesar que ha sufrido quince reformas, existen temas que se relacionan con el comercio y la inversión que deben contemplarse como:</p> <ul style="list-style-type: none"> a. Competencia Desleal <p>La regulación de la competencia desleal es escasa y difícil de hacer efectiva en un juicio, además debe ser una regulación uniforme y coherente con la regulación de competencia desleal contenida en la Ley de Propiedad Industrial.</p> b. Derecho de la Competencia <p>Existe un proyecto de ley de Competencia, como se indica en el apartado respectivo, sin embargo no se ha promovido su aprobación en el congreso. No xi</p> c. Procedimientos mercantiles <p>Aunque se prevé un juicio general sumario para los procedimientos mercantiles, debiera ser uno aún más ágil y antiformalista y también debería contarse con tribunales con competencias especializadas en temas comerciales. Actualmente los juzgados son civiles y mercantiles, no se ha hecho esa separación ni especialización</p> d. Acciones al Portador <p>Existe poco control de sociedades con acciones al portador, las que se han usado para lavar dinero o cometer actos de corrupción, se está discutiendo en el congreso una reforma que restringiría la existencia de acciones al portador y por lo tanto solo se permitiría acciones nominativas.</p> f. Pactos entre accionistas: Están restringidos, debieran permitirse

b. Recopilación Legislativo			
Instrumento Jurídico	Base Legal	Temas relacionados con el comercio e inversión	Observaciones
Legislación Civil y Comercial			
Código de Comercio	Decreto Ley 2-70, modificado por los contenido en los decretos de congreso números: 43-70, 104-70, 65-71, 40-72, 59-73, 42-78, 29-95, 34-96, 58-96, 8-98, 33-98, 40-99, 33-2003	<ul style="list-style-type: none"> a. Comerciantes y Sociedades b. Contratos Mercantiles c. Títulos de Crédito d. Registro Mercantil 	<ul style="list-style-type: none"> g. El Registro Mercantil genera suficientes fondos para ser más eficiente, pero más de la mitad de sus ingresos van al gobierno central y no se utilizan para mejorarlo. h. Sólo existe un Registro Mercantil en la Ciudad, las oficinas regionales solo reciben documentos pero no tienen capacidad de registro, lo cual limita la posibilidad y aumenta el costo de abrir sociedades en el interior del país. i. El costo de una S.A. es muy caro para las PYMES debiera considerarse una figura más ágil para un capital menor. j. En cuanto a contratos mercantiles, deben modernizarse e incluir regulación sobre nuevas figuras (como escrow), especialmente cabe mencionar el contrato de fidecomiso, el cual merece una modernización para poder dar alternativas jurídicas a las inversiones.
Código Procesal Civil y Mercantil	Decreto Ley 107, reformado por los decretos ley: 156, 180, 309, 40-83 y por los decretos del congreso siguientes: 67-95, 52-99, 48-2005	a. Procedimientos para exigir cumplimiento de obligaciones civiles y mercantiles	<p>Para un inversionista es de vital importancia tener los mecanismos legales para hacer valer los contratos tanto en juzgados ordinarios como en un arbitraje. El proceso civil y mercantil tiene las siguientes debilidades más importantes relacionadas con comercio e inversión:</p> <ul style="list-style-type: none"> a. En términos generales los procesos son muy formalistas y muchos casos se resuelven por la forma sin llegar a conocer el fondo. b. Una sentencia extranjera no se cumple automáticamente, debe llevarse un proceso y calificarse varias cuestiones que son de forma c. Las notificaciones (que son la forma oficial en que cualquier proceso se inicie) se pueden rechazar o evadir, lo cual hace prácticamente imposible en muchos caso demandar.

b. Recopilación Legislativa

Instrumento Jurídico	Base Legal	Temas relacionados con el comercio e inversión	Observaciones
Legislación Civil y Comercial			
Ley de Arbitraje	Decreto 67-95	a. Regula el procedimiento arbitral	a. Un árbitro carece de facultades para hacer valer medidas precautorias, se deben solicitar por un juez y esto abre la vía para que la parte afectada pueda dilatar el proceso con recursos
Ley para el Reconocimiento de Comunicaciones y Firmas Electrónicas	Decreto 47-2008	Rige y es aplicable a todo tipo de comunicación electrónica o transacción público o privado, nacional e internacional.	El Ministerio de Economía tiene bajo su responsabilidad el regular este tema, y abrió en el mes de Junio de 2009 el Registro de Prestadores de Servicios de Certificación Sin embargo, aun no se han dado las condiciones para que este sistema de certificación sea utilizado
Ley de Garantías Mobiliarias	51-2007	a. Regula las garantías mobiliarias b. Crea un Registro de Garantías Mobiliarias c. Permite y facilita financiamiento dando como garantía un bien mueble. d. Da certeza jurídica a la propiedad de bienes muebles	
Ley de Propiedad Industrial	Decreto del Congreso 57-2000 reformado por los decretos del congreso: 76-2002, 09-2003, 30-2005	Su objeto es proteger, estimular y fomentar la creatividad intelectual, en particular lo relativo a la adquisición, mantenimiento y protección de los signos distintivos, de las patentes de invención y de los modelos de utilidad y de los diseños industriales, así como la protección de los secretos empresariales	Su objeto es proteger, estimular y fomentar la creatividad intelectual, en particular lo relativo a la adquisición, mantenimiento y protección de los signos distintivos, de las patentes de invención y de los modelos de utilidad y de los diseños industriales, así como la protección de los secretos empresariales
Ley de Derecho de autor y derechos conexos	Decreto del Congreso 33-98 y sus reformas contenidas en decretos del congreso 56-2000 y 11-2006	Tiene por objeto la protección de los derechos de los autores de obras literarias y artísticas, de los artistas, intérpretes o ejecutantes, de los productores de fonogramas y de los organismos de radiodifusión	Requiere actualización en términos de gestión colectiva
Ley del Organismo Judicial	Decreto del Congreso 2-89 modificado por los decretos del congreso 27-89, 29-90, 64-90, 75-90, 11-93, 41-96, 112-97	Contiene las normas generales de la actividad judicial	Se exigen pasos de ley para los documentos del extranjero, lo cual hace onerosa y burocrático el reconocimiento de los mismos. Se sugiere que Guatemala adopte la Convención de la Haya sobre la Apostilla para agilizar el reconocimiento de estos documentos

b. Recopilación Legislativo			
Instrumento Jurídico	Base Legal	Temas relacionados con el comercio e inversión	Observaciones
Leyes de Promoción de Inversión			
Ley de Zonas Francas	Decreto del Congreso 65 – 89 reformado por los decretos 25-91, 38-2005	Área de terreno física delimitada, planificada y diseñada, sujeta a un Régimen Aduanero Especial, en la que personas individuales o jurídicas se dedican a la producción o comercialización de bienes para la exportación o reexportación, así como a la prestación de servicios vinculados con el comercio internacional.	Las ventajas que concede se consideran subvenciones en OMC, se han podido sostener por waivers otorgados, sin embargo es urgente que este esquema se modifique para estar conforme a OMC
Ley de Fomento y Desarrollo de la Actividad Exportadora y de Maquila	Decreto del Congreso 29 – 89, reformado por los decretos 26-91, 9-98, 117-97, 38-04	Tiene por objeto promover, incentivar y desarrollar en el territorio aduanero nacional, la producción de mercancías para exportación o reexportación por personas naturales o jurídicas domiciliadas en el país. Regula la actividad exportadora y de maquila de las empresas dentro del marco de los regímenes de perfeccionamiento activo o de exportación de componente agregado nacional total.	Las ventajas que concede se consideran subvenciones en OMC, se han podido sostener por waivers otorgados, sin embargo es urgente que este esquema se modifique para estar conforme a OMC
Ley de Inversión Extranjera	Decreto del Congreso 9 – 98, modificado por el decreto 34-2007	<ul style="list-style-type: none"> a. Un solo cuerpo normativo que reúne todo lo de que trata de inversiones extranjeras. b. Facilita las negociaciones de todos los Convenios Bilaterales de Inversión 	
Legislación Administrativa			
Ley del Organismo Ejecutivo	Decreto del Congreso 114-97, modificado por 20-2000, 63,98, 22-99, 50-2003, 18-2008	Regula la organización, atribuciones y funcionamiento del Organismo Ejecutivo; el ejercicio de la función administrativa y la formulación y ejecución de las políticas de gobierno. El Organismo Ejecutivo lo integran los Ministerios, Secretarías de la Presidencia, Dependencias, Gobernaciones Departamentales y órganos que administrativa o jerárquicamente dependen de la Presidencia de la República. Forman parte del Organismo Ejecutivo las Comisiones Temporales, los Comités Temporales de la Presidencia y los Gabinetes específicos.	<p>Existen temas en donde no está claramente definido el papel de dirección o liderazgo para ciertas temáticas de orden transversal, la de comercio es una de ellas.</p> <p>De acuerdo a esta ley el órgano que dirige la política comercial es el Ministerio de Economía, sin embargo por la redacción de la ley el Ministerio de Agricultura también puede reclamar tomar el liderazgo en temas de política comercial del sector agrícola.</p>

b. Recopilación Legislativo			
Instrumento Jurídico	Base Legal	Temas relacionados con el comercio e inversión	Observaciones
Leyes de Promoción de Inversión			
Acuerdo constitutivo del Consejo Nacional de Promoción de las Exportaciones (CONAPEX)	Acuerdo Gubernativo 367-86	<p>Crea el Consejo Nacional de Promoción de las Exportaciones, conformado por:</p> <ol style="list-style-type: none"> El Ministro de Economía; El Ministro de Finanzas Públicas; El Ministro de Agricultura, Ganadería y Alimentación; El Ministro de Relaciones Exteriores; El Ministro de Comunicaciones, Transporte y Obras Públicas; El Presidente del Banco de Guatemala; y Seis representantes del Sector Privado <p>Su objeto es proponer al Presidente de la República, la política nacional de promoción, diversificación e incremento de las exportaciones.</p>	Existen proyectos para modificar este acuerdo y crear un ente que de seguimiento técnico a las decisiones que emanan de CONAPEX. Una de la principales debilidades del esquema actual de Conapex es que no existe un órgano ejecutor y se seguimiento a las decisiones que se toman en este foro.
Reglamento de creación, integración, y funcionamiento de los Comités Técnicos Nacionales, en el Marco de los Instrumentos Económico-Comerciales Internacionales.	Es un Acuerdo Ministerial 483-2009	<p>Regula los comités de conformidad con los diferentes instrumentos que Guatemala tiene vigentes con otros Estados. Son comités consultores bajo la dirección de la Dirección de Administración del Comercio del MINECO.</p> <p>Se crean comités de los temas principales de los acuerdos comerciales.</p> <p>Se designa al CENCIT como representante del sector privado en la mayoría de comités.</p>	Este es un foro que puede ser aprovechado por el sector privado organizado (por medio de CENCIT) para darle seguimiento a los temas de administración del comercio. En la estrategia se debe tomar en cuenta este foro.

b. Recopilación Legislativo			
Instrumento Jurídico	Base Legal	Temas relacionados con el comercio e inversión	Observaciones
Instrumentos de Integración Económica			
TRATADO GENERAL DE INTEGRACIÓN ECONÓMICA CENTROAMERICANA	Suscrito el 13 de Diciembre de 1960	<p>a. Establece el Mercado Común Centroamericano (MCCA), mediante el perfeccionamiento de una zona de libre comercio y la adopción de un arancel externo común, así mismo sienta las bases para la constitución de la Unión Aduanera.</p> <p>b. Los países centroamericanos establecen el régimen de libre comercio para todos los productos originarios de sus respectivos territorios, con las únicas limitaciones comprendidas en su Anexo A. En consecuencia, todos los productos originarios están exentos de los derechos arancelarios a la importación y exportación, los derechos consulares y todos los demás impuestos, sobrecargos y contribuciones que causen la importación o exportación o que se cobren en razón de ellas, ya sean nacionales, municipales o de otro orden.</p> <p>c. Asimismo, las mercancías originarias gozan de tratamiento nacional y están exentas de toda restricción o medida de carácter cuantitativo, con excepción de las medidas de control por razones de sanidad, de seguridad o de policía.</p> <p>El Tratado establece el Banco Centroamericano de Integración Económica como instrumento de financiamiento y promoción del crecimiento integrado del Mercado Común Centroamericano sobre una base de equilibrio regional.</p>	Este es el tratado base del cual se toman los principios que rigen la integración centroamericana. Se debe tomar en cuenta que estos tratados evolucionan y este tratado tiene principios vigentes pero ha sido superado por el Acuerdo Marco de Unión Aduanera

1. **Nome e Cognome**
 2. **Matr. N.º**
 3. **Indirizzo**
 4. **C.A.P.**
 5. **Città**
 6. **Prov.**
 7. **Telefono**
 8. **Cellulare**
 9. **E-mail**
 10. **Altre informazioni**

11. **Indirizzo di residenza**
 12. **C.A.P.**
 13. **Città**
 14. **Prov.**
 15. **Telefono**
 16. **Cellulare**
 17. **E-mail**
 18. **Altre informazioni**

INFORMAZIONI DI INTERESSE

19. **Indirizzo di residenza**
 20. **C.A.P.**
 21. **Città**
 22. **Prov.**
 23. **Telefono**
 24. **Cellulare**
 25. **E-mail**
 26. **Altre informazioni**

27. **Indirizzo di residenza**
 28. **C.A.P.**
 29. **Città**
 30. **Prov.**
 31. **Telefono**
 32. **Cellulare**
 33. **E-mail**
 34. **Altre informazioni**





b. Recopilación Legislativo			
Instrumento Jurídico	Base Legal	Temas relacionados con el comercio e inversión	Observaciones
Instrumentos de Integración Económica			
PROTOCOLO AL TRATADO GENERAL DE INTEGRACIÓN ECONÓMICA CENTROAMERICANA (PROTOCOLO DE GUATEMALA)	Suscrito el 29 de octubre de 1993	<p>Establece y consolida el Subsistema de Integración Económica, adaptándolo al nuevo marco institucional del SICA y a las nuevas necesidades de los países de la Región.</p> <p>Su objetivo básico es "alcanzar el desarrollo económico y social equitativo y sostenible de los países centroamericanos, que se traduzca en bienestar de sus pueblos y el crecimiento de todos los países miembros, mediante un proceso que permita la transformación y modernización de sus estructuras productivas, sociales y tecnológicas, eleve la competitividad y logre una reinserción eficiente y dinámica de Centroamérica en la economía internacional".</p> <p>El Subsistema de Integración Económica debe ajustarse a los siguientes principios y enunciados: legalidad, consenso, gradualidad, flexibilidad, transparencia, reciprocidad, solidaridad, globalidad, simultaneidad y complementariedad.</p> <p>Mediante este instrumento, los Estados Parte se comprometen a alcanzar de manera voluntaria, gradual, complementaria y progresiva, la Unión Económica Centroamericana cuyos avances deberán responder a las necesidades de los países que integran la región.</p> <p>Forman parte del Subsistema de Integración Económica Costa Rica, El Salvador, Guatemala, Honduras y Nicaragua.</p>	

Instrumento Jurídico	Base Legal	Temas relacionados con el comercio e inversión	Observaciones
Instrumentos de Integración Económica			
<p>PROTOCOLO AL TRATADO GENERAL DE INTEGRACIÓN ECONÓMICA CENTROAMERICANA (PROTOCOLO DE GUATEMALA)</p>	<p>Suscrito el 29 de octubre de 1993</p>	<p>La organización institucional del Subsistema de Integración Económica es la siguiente:</p> <p>1) Son órganos:</p> <ul style="list-style-type: none"> a) La Reunión de Presidentes de Centroamérica, b) El Consejo de Ministros de Integración Económica (COMIECO), c) El Consejo Intersectorial de Ministros de Integración Económica, d) El Consejo Sectorial de Ministros de Integración Económica, y e) El Comité Ejecutivo de Integración Económica. <p>2) Son órganos técnico - administrativos:</p> <ul style="list-style-type: none"> a) La Secretaría de Integración Económica Centroamericana (SIECA), b) La Secretaría del Consejo Agropecuario Centroamericano (SCA), c) La Secretaría del Consejo Monetario Centroamericano (SCMCA), y d) La Secretaría de Integración Turística Centroamericana (SITCA) <p>3) Son Instituciones:</p> <ul style="list-style-type: none"> a) El Banco Centroamericano de Integración Económica (BCIE), y b) El Instituto Centroamericano de Administración Pública (ICAP). <p>4) Son órganos de asesoría:</p> <ul style="list-style-type: none"> a) El Comité Consultivo de Integración Económica. Los actos administrativos del Subsistema de Integración Económica se expresan en Resoluciones, Reglamentos, Acuerdos y Recomendaciones. 	

b. Recopilación Legislativo			
Instrumento Jurídico	Base Legal	Temas relacionados con el comercio e inversión	Observaciones
Instrumentos de Integración Económica			
Convenio Marco para el Establecimiento de una Unión Aduanera entre Los Territorios de la República de El Salvador y la República de Guatemala	Aprobado por el decreto 99-2000 y ratificado por el Presidente	Establece el marco jurídico para conformar una unión aduanera cuyo objetivo es la libre circulación de bienes y prestación de servicios asociados al comercio de bienes, independientemente del origen de los mismos, previa nacionalización en cualquiera de los estados parte Contratantes.	Aún no se ha perfeccionado al Unión Aduanera, sin embargo Centroamérica y Panamá han adquirido compromisos ante la Unión Europea para perfeccionar su integración. Entre los puntos más sensibles y difíciles de acordar están: a. La distribución de los ingresos por impuestos relacionados con las importaciones b. Seguridad
Protocolo de Modificación al Convenio Marco para el establecimiento de una unión aduanera entre los territorios de la República de El Salvador y la República de Guatemala	No está vigente, sin embargo ya fue firmado por Guatemala	Modifica el convenio marco	
Reglamento Centroamericano sobre el Origen de las Mercancías	Resolución No. 156-2006 (COMIECO-EX) y la No. 181-2006 (COMIECO).	Dicho Reglamento se circunscribe al intercambio de mercancías regido por los instrumentos jurídicos de la integración económica centroamericana, el cual establece las normas para determinar el origen de las mercancías, con el fin de otorgar el régimen de libre comercio y define el procedimiento de verificación para los casos de duda sobre el origen de las mercancías. El Anexo contiene las reglas específicas que deben satisfacer las mercancías para ser consideradas como originarias.	

b. Recopilación Legislativo

Instrumento Jurídico	Base Legal	Temas relacionados con el comercio e inversión	Observaciones
Instrumentos de Integración Económica			
Reglamento Centroamericano sobre Medidas de Salvaguardia	Resolución No. 194 – 2007(COMIECO XLIV).	Desarrolla las disposiciones para la aplicación del artículo XIX del GATT de 1994, el Acuerdo sobre Salvaguardias de la OMC, así como las disposiciones del Protocolo de Guatemala y del Convenio sobre el Régimen Arancelario y Aduanero Centroamericano y sus Protocolos. Se aplica a las importaciones procedentes de terceros países.	
Reglamento Centroamericano sobre Prácticas Desleales de Comercio	Resolución No. 193 – 2007 (COMIECO XLIV)	Desarrolla las disposiciones de los Acuerdos de la OMC, del Protocolo de Guatemala y del Convenio sobre el Régimen Arancelario y Aduanero Centroamericano; establece los procedimientos y medidas que deben aplicarse en los casos de prácticas desleales de comercio (dumping y subvenciones), tanto en las relaciones comerciales con terceros países como en las relaciones comerciales intrarregionales; y regula la imposición de derechos antidumping o derechos compensatorios.	
Régimen de Tránsito Aduanero Internacional Terrestre	La Resolución 65-2001 (COMRIEDRE)	El objetivo de este instrumento es facilitar, armonizar y simplificar los procedimientos utilizados en las operaciones de tránsito aduanero internacional efectuados por vía terrestre para las mercancías procedentes u originarias de los países signatarios y de terceros países, siempre y cuando la operación de tránsito se inicie en un Estado Parte y concluye en otro Estado Parte. Este Reglamento se aplica también en el tránsito de mercancías con Panamá.	

b. Recopilación Legislativa			
Instrumento Jurídico	Base Legal	Temas relacionados con el comercio e inversión	Observaciones
Instrumentos de Integración Económica			
Reglamento de Medidas de Normalización, Metrología y Procedimientos de Autorización	Resolución 37-99 (COMIECO).	Este instrumento desarrolla las disposiciones del Protocolo de Guatemala y del Acuerdo sobre Obstáculos Técnicos al Comercio de la OMC, con el objeto que las medidas de normalización, procedimientos de autorización y de gestión metrológica de los Estados Parte no creen obstáculos innecesarios al comercio intrarregional.	
Medidas y Procedimientos Sanitarios y Fitosanitarios	Resolución 37-99 (COMIECO).	Su objeto es regular las medidas sanitarias y fitosanitarias que los países pueden adoptar para proteger la vida y salud humana y de los animales o para preservar la sanidad de los vegetales. Está dirigido a evitar que esas medidas puedan afectar directa o indirectamente el comercio intrarregional, constituyéndose en barreras innecesarias al mismo, para lo cual establece las disposiciones legales para armonizar gradualmente las medidas y procedimientos sanitarios y fitosanitarios en el comercio intrarregional y con terceros países.	
Mecanismo de Solución de Controversias Comerciales entre Centroamérica	Resolución 106-2003 (COMIECO), la Resolución 111-2003 (COMIECO), y la Resolución No. 170-2006 (COMIECO-XLIX).	El mecanismo permite a los Estados Parte solucionar sus controversias en materia comercial de una manera adecuada, coherente y expedita, siguiendo un procedimiento seguro y previsible. El procedimiento establecido en el mecanismo se aplica: a) A la prevención o a la solución de todas las controversias entre los Estados Parte relativas a la aplicación o a la interpretación de los instrumentos de la integración económica en lo que se refiere exclusivamente a sus relaciones de comercio intrarregional, o	Solo pueden activarlo los Estados, no las entidades privadas, lo cual limita su uso.

b. Recopilación Legislativo

Instrumento Jurídico	Base Legal	Temas relacionados con el comercio e inversión	Observaciones
Instrumentos de Integración Económica			
<p>Mecanismo de Solución de Controversias Comerciales entre Centroamérica</p>	<p>Resolución 106-2003 (COMIECO), la Resolución 111-2003 (COMIECO), y la Resolución No. 170-2006 (COMIECO-XLIX).</p>	<p>b) Cuando un Estado Parte considere que una medida vigente o en proyecto de otro Estado Parte es incompatible con las obligaciones derivadas de estos Instrumentos o que, aún cuando no contravenga a los mismos, considere que se anulan o menoscaban los beneficios del intercambio comercial entre sus territorios que razonablemente pudo haber esperado recibir de su aplicación.</p> <p>Desde su entrada en vigencia en marzo de 2003, este mecanismo ha tenido dos impactos. El primer término, ha des-estimulado el establecimiento de medidas contrarias al libre comercio y, en segundo término y como consecuencia, sólo se han sometido a su jurisdicción, en sus casi tres años de existencia, quince casos de los cuales se han resuelto en consultas diez en intervención del Consejo de Ministros dos y en arbitraje uno. Los dos casos más recientes están en etapa de consultas en vías de solución.</p>	<p>Solo pueden activarlo los Estados, no las entidades privadas, lo cual limita su uso.</p>
<p>Código Aduanero Uniforme Centroamericano (CAUCA IV)</p>	<p>Resolución No. 223 – 2008 (COMIECO XLIX)</p>	<p>Este instrumento tiene por objeto establecer la legislación aduanera básica de los países de la región conforme a los requerimientos del MCCA y de los instrumentos regionales de la integración. Su ámbito de aplicación es el territorio aduanero, sus normas son aplicables a toda persona, mercancía y medio de transporte que cruce los límites del territorio aduanero de los Estados Parte.</p> <p>Para la eficaz aplicación del CAUCA, con fecha 25 de abril de 2008 el Consejo de Ministros de Integración Económica (COMIECO) emitió la Resolución No. 224-2008 (COMIECO XLIX) en donde se aprueba el Reglamento al Código Aduanero Uniforme Centroamericano (RECAUCA) mediante el cual se desarrollan los principios y compromisos en materia aduanera.</p>	

b. Recopilación Legislativo			
Instrumento Jurídico	Base Legal	Temas relacionados con el comercio e inversión	Observaciones
Instrumentos de Integración Económica			
Reglamento Centroamericano sobre Valoración Aduanera de Las mercancías	Resolución 115-2004 (COMIECO)	Desarrolla las disposiciones del Acuerdo relativo a la Aplicación del Artículo VII del GATT de 1994, así como las disposiciones procedentes del ordenamiento jurídico regional. Las disposiciones de este Reglamento fueron incorporadas al Reglamento al Código Aduanero Uniforme Centroamericano (RECAUCA) aprobado mediante Resolución No. 224-2008 (COMIECO XLIX).	Solo pueden activarlo los Estados, no las entidades privadas, lo cual limita su uso.
Reconocimiento mutuo de registros sanitarios	RESOLUCIONES 80-2001 (COMIECOXVII), No. 93-2002 (COMIECOXXIV) y No. 121-2004 (COMIECO)	Se da un reconocimiento mutuo de registros de alimentos y bebidas procesadas y medicamentos	No obstante se ha acordado reconocer registros mutuamente, en la práctica faltan pasos para que sea implementado
b. Recopilación Legislativo			
Instrumento Jurídico	Base Legal	Temas relacionados con el comercio e inversión	Observaciones
LEGISLACIÓN TRIBUTARIA			
Código Tributario	Decreto número 6-91 del Congreso de la República, modificado por 47-91, 67-94, 58-96, 117-97, 29-2001, 23-2002, 03-2004, 20-2006	a.Regula principios tributarios y garantías del con tribuyente b.Regula el proceso administrativo en materia tributaria.	
Ley Contra la Defraudación y el Contrabando Aduaneros.	Decreto Número 58-90 del Congreso de la República, modificado por 103-96, 30-2001, 20-2006	a. Le da poderes a la administración para combatir la defraudación tributaria y el contrabando aduaneros	

b. Recopilación Legislativo			
Instrumento Jurídico	Base Legal	Temas relacionados con el comercio e inversión	Observaciones
LEGISLACIÓN TRIBUTARIA			
Ley del Impuesto sobre la Renta - ISR-	Decreto 26-92 del Congreso de la República, modificado por decreto 61-92, 61-94, 36-97, 117-97, 44-2000, 80-2000, 33-2001, 33-04, 18-2004, 24-2005, 13-2008, 55-2008	Regula la aplicación del impuesto sobre la renta.	
Ley del Impuesto al Valor Agregado.	Decreto 27-92 del Congreso de la República, modificado por los 60-94, 29-94, 142-96, 39-99, 44-2000, 48-2000, 80-2000, 32-2001, 62-2001, 66-2002, 88-2002	Regula la aplicación del Impuesto al Valor Agregado	Esta es una ley usual en todos los países, su tasa del 12% está en un rango razonable, no es una consideración para limitar un inversionista. En materia comercial y de inversión no se determinan reformas prioritarias.

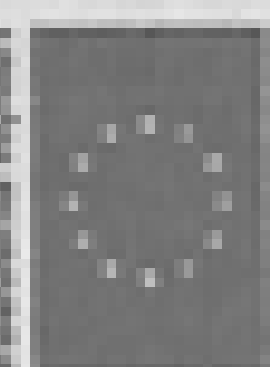
b. Recopilación Legislativo			
Instrumento Jurídico	Base Legal	Temas relacionados con el comercio e inversión	Observaciones
Leyes Financieras			
Ley Del Banco de Guatemala	Decreto del Congreso 16-2002, modificado por el decreto 10-2007	a.Regula el funcionamiento y estructura del Banco de Guatemala. b.Administración y ejecución de la Junta Monetaria y del Comité de ejecución de la política monetaria, cambiaria y crediticia. c.Estabilización monetaria y regula el encaje bancario. Se establece también que el Banco de Guatemala es el consejero en materias económicas y agente financiero del Estado.	a. Se deben implementar mecanismos para agilizar compensación.
Ley Monetaria	Decreto del Congreso 17-2002	a.Regula moneda nacional, estipula la potestad única de emisión del Banco de Guatemala. b.Establece la libre convertibilidad de externa del quetzal y la libre movilidad de capitales. c.Establece lo que conforman las reservas monetarias internacionales del Banco de Guatemala y fija las denominación y características de billetes y monedas.	
Ley de Bancos y Grupos Financieros	Decreto del Congreso 19-2002	a. Regula Todo lo relativo a la creación, organización y demás actividades que realizan o pueden realizar los bancos domésticos, sucursales extranjeras y grupos financieros.	
Ley de Sociedades Financieras Privadas	Decreto 208 de 1964, reformado por los decretos del congreso 51-72, 10-76, 11-88, 24-95, 26-99, 4-2002 y el decreto ley número 10-86	Rige la creación y funcionamiento de financieras de capital privado las cuales deben tener como objeto la intermediación financiera con tal de obtener y canalizar recursos para e invirtiéndolos en empresas de forma directa o indirecta.	
Ley del Impuesto a Productos Financieros	Decreto del Congreso 26-95, modificado por el decreto número 44-2000	a. Impone un impuesto que grava los productos que generen los intereses de cualquier tipo.	

b. Recopilación Legislativa

Instrumento Jurídico	Base Legal	Temas relacionados con el comercio e inversión	Observaciones
Leyes Financieras			
Ley de Libre Negociación de Divisas	Decreto del Congreso 94 – 2000, modificado por el 33-2003	a. Regula la libre disposición, tenencia, contratación, remesa, transferencia, compra venta , cobro y pago de y con divisas. b. Regula la libre tenencia y manejo de depósitos y cuentas en monedas extranjeras, así como operaciones de intermediación financiera.	
Impuesto Único sobre Inmuebles	Decreto del congreso 15-98	Crea un impuesto que grava el valor de los inmuebles situados en Guatemala, para inmuebles de mas de Q.70,000 (aproximada US\$8,750) es de 9 por millar	
OTRAS LEYES			
Ley de Protección al Consumidor y Usuario	Decreto 006-2003 del Congreso de la República	a. Crea las directrices necesarias para la protección del consumidor en Guatemala en cuanto a la preservación y calidad de los productos tanto nacionales como internacionales.	Crea la DIACO que es una dirección de Atención y Asistencia al Consumidor, la cual depende del de Ministerio de Economía. No es un ente autónomo ni sus decisiones tienen fuerza vinculante entre particulares, sino se concentra en sanciones administrativas.
Ley de Alianzas para el desarrollo de la Infraestructura Económica	Decreto 16-2010 (al día de hoy, 10.05.10 pendiente de sanción por el presidente y de publicación en el diario oficial)	Regula el marco para la celebración y ejecución de contratos de alianzas para proyectos de infraestructura.	
Ley de Hidrocarburos	Decreto Ley 109-83 reformado por el decreto ley 143-85 y por el decreto del Congreso 9-98	Declara que los hidrocarburos son bienes de la nación y de utilidad y necesidad pública. Regula los contratos relacionados con operaciones petroleras	En Guatemala existen hidrocarburos y su exploración y explotación pueden ser sectores clave para el desarrollo, esta ley regula las relaciones contractuales entre el Estado y los contratistas de este sector
Ley de Incentivos para el Desarrollo de Proyectos de Energía Renovable	Decreto número 52-2003	Tiene por objeto promover el desarrollo de proyectos de energía renovable y establecer incentivos fiscales, económicos y administrativos (se exoneran de derechos arancelarios, del impuesto sobre la renta, del impuesto a las Empresas Mercantiles	

b. Recopilación Legislativo			
Instrumento Jurídico	Base Legal	Temas relacionados con el comercio e inversión	Observaciones
OTRAS LEYES			
Ley General de Electricidad	Decreto del Congreso 93-96	Norma el desarrollo del conjunto de actividades de generación, transporte, distribución y comercialización de electricidad.	Es importante porque se establece el principio de libertad de generación, no se requiere autorización previa del estado para ello. También declara libres los precios por la prestación del servicio, pero los servicios de transporte y distribución están sujetos a autorización.
Ley General de Telecomunicaciones	Decreto del Congreso 94-96, reformado por los decretos del congreso 115-97, 47-2002, 82-2002, 15-2003, 1940-2003	Establece el marco legal para desarrollar actividades de telecomunicaciones y norma el aprovechamiento y explotación del espectro radioeléctrico. Crea la Superintendencia de Telecomunicaciones, como un organismo técnico del Ministerio de Comunicaciones, Transportes y Obras Públicas.	No obstante que los servicios de telecomunicaciones son regulados, existe libertad y en Guatemala se ha promovido este sector en donde intervienen varios proveedores y ha resultado un sector atractivo para la inversión extranjera.
Reformas Legales para la Implementación del Tratado de Libre Comercio República Dominicana-Centroamérica-Estados Unidos de América	Decreto del Congreso 11-2006	Su objeto es dar cumplimiento a dicho tratado y facilitar el intercambio comercial, atracción de inversiones y generación de empleo	La importancia de este decreto radica en que Guatemala modificó varias leyes para dar cumplimiento a los compromisos que asumió en dicho tratado Reformó la ley de Contrataciones del Estado, para establecer que dicha ley se aplica en forma complementaria (que el Tratado prevalece) y garantizar transparencia. Se modificó el Código de Comercio en lo relacionado con la indemnización al distribuidor (la cual protegía al distribuidor nacional y hacía oneroso para el principal una terminación) Se reforman también la ley de telecomunicaciones y servicios financieros. Se hicieron modificaciones a la ley de propiedad industrial para garantizar mejor la protección de los mismos.

Instrumento Jurídico	Base Legal	Temas relacionados con el comercio e inversión	Observaciones
OTRAS LEYES			
Ley de Protección y Mejoramiento del Medio Ambiente	Decreto del congreso 68-86, reformado por los decretos del congreso 75-91, 1-93, 90-2000	Prohíbe internación al país de contaminantes. Establece sanciones a cargo de la Comisión Nacional del Medio Ambiente	<p>El cumplimiento de las normas de medio ambiente debe tenerse presente como principio general de todo inversionista. Desde la perspectiva de un inversionista esta ley tiene los siguientes elementos:</p> <p>a. Establece en forma muy general la necesidad de desarrollar un estudio de impacto ambiental, lo cual muchas veces se convierte en un requisito formal de regla general.</p> <p>b. Realmente no existe un proceso imparcial específico para defenderse en caso de sanciones impuestas por la Comisión.</p>
Ley de Minería	Decreto del congreso número 48-97	Le da al Ministerio de Energía y Minas la competencia para formular y coordinar las políticas de este sector y resolver todas las cuestiones administrativas de dicha ley	<p>La constitución declara que todos los minerales y recursos naturales no renovables son bienes del Estado y su explotación es de utilidad y necesidad pública.</p> <p>En Guatemala el sector minero tiene gran potencial, sin embargo la sensibilidad social que se ha desarrollado ha tenido efectos negativos para un inversionista.</p> <p>Aún dentro del mismo estado pueden haber conflictos de competencia entre el Ministerio de Energía y Minas y el Ministerio de Medio Ambiente, lo cual crea incertidumbre para un inversionista de este sector. Por ejemplo, el Ministro de Energía y Minas puede ofrecerle ciertas condiciones en un contrato y el Ministerio de Ambiente puede no respetarlas.</p>
Código de Trabajo	Decreto del Congreso 1141 (de 1961) reformado por los decretos 1486, 1618, 86-71, 88-73, 55-83, 64-92, 4-97, 19-97, 9-98, 35-98, 13-2001, 18-2001	Contiene las normas de aplicación para garantizar los derechos de los trabajadores y regular la relación de los trabajadores y empleadores.	<p>Se establece la forma de fijación del salario mínimo.</p> <p>Actualmente el salario mínimo es de aplicación nacional, aunque los costos de vida son sustancialmente diferentes dependiendo de las regiones y si son áreas urbanas o no, por lo que se hace necesario crear condiciones para que se puedan establecer salarios mínimos diferenciados, para promover la competitividad</p>



b. Recopilación Legislativo			
Instrumento Jurídico	Base Legal	Temas relacionados con el comercio e inversión	Observaciones
OTRAS LEYES			
Código de Notariado	Decreto del Congreso 314 de 1946 reformado por los decretos ley 25-84, 172 y 113-83 y los decretos del congreso 131-96, 62-86, 15-72, 38-74, 29-75, 28-87, 68-97, 131-96, 62-87	Regula la actividad Notarial	Le da demasiada fuerza a la fe pública notarial, lo cual en un sistema de notariado abierto como Guatemala en donde el Colegio Profesional tampoco es rígido y severo en el cumplimiento de las normas de ética, propicia que se abuse de dicha fe pública y se cometan delitos contra la propiedad y también afecta la seguridad jurídica contractual

c. Tratados de Libre Comercio Vigentes en Guatemala

Nombre	Fecha de Suscripción	Estado Actual	Observaciones
Tratado de Libre Comercio entre El Salvador, Guatemala, Honduras - México	29 de junio 2000	Vigente para Guatemala desde el 15 de marzo de 2001	Crea una zona de libre comercio en forma gradual y es de aplicación bilateral, es decir no aplica entre Guatemala y El Salvador y Honduras, sino entre cada uno de ellos y México
Tratado de Libre Comercio entre Centroamérica - República Dominicana	16 de abril de 1998	Vigente para Guatemala desde el 4 de octubre de 2001	Crea una zona de libre comercio gradual Es de aplicación bilateral, es decir no se aplica en el comercio intracentroamericano. Los importadores pueden escoger si se acogen a régimen de este tratado o a CAFTA
Tratado de Libre Comercio entre Centroamérica - Panamá	6 de febrero de 2002	Vigente para Guatemala desde el 20 de junio de 2009	Crea una zona de libre comercio gradual Está pendiente de aprobarse por Nicaragua y es de aplicación bilateral, es decir no aplica entre Centroamérica.
Tratado de Libre Comercio entre RD-CA - Estados Unidos	Agosto de 2004		Crea una zona de libre comercio gradual y es de aplicación multilateral, lo que significa que aplica en el comercio de cada uno de los países miembros con otro miembro.
Tratado de Libre Comercio entre Guatemala- República China (Taiwan)	25 de septiembre de 2005	Vigente a partir de 1 de julio de 2006	Crea una zona de libre comercio y es de aplicación bilateral
Tratado de Libre Comercio entre El Salvador, Guatemala, Honduras con Colombia		Vigente a partir de noviembre de 2009	
Tratado de Libre Comercio entre Centroamérica y Chile		Vigente a partir de noviembre de 2009	Crea una zona de Libre Comercio

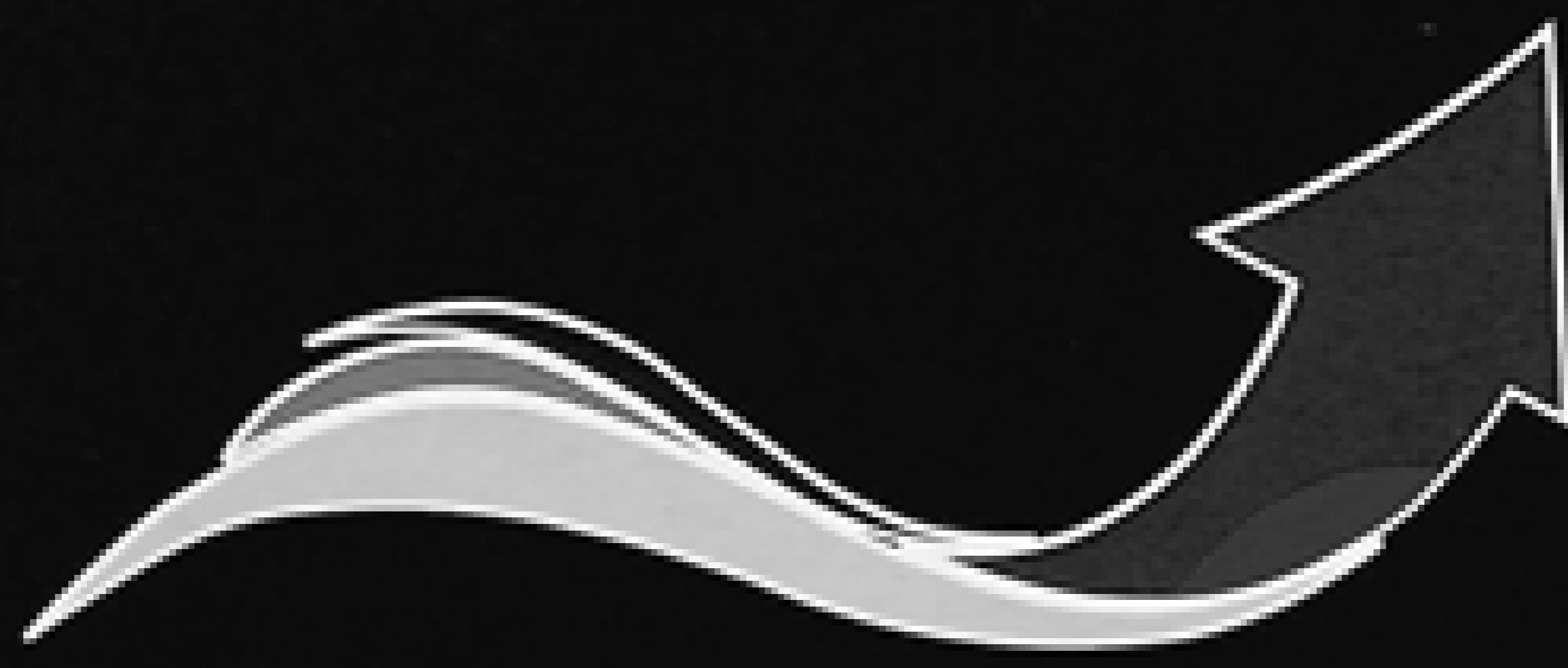
d. Iniciativas de Ley Relevantes			
Proyecto	Tema relacionado	Estado Actual	Observaciones
Reformas a la ley de Mercado de Valores y Mercancías	Dispone aprobar reformas a dicha ley. En la exposición de motivos se justifica la iniciativa para crear figuras delictivas y sanciones para sociedades mercantiles que realicen operaciones de intermediación financiera que no estén autorizadas. También se pretende oxigenar las operaciones del mercado de valores guatemalteco, incluyendo la opción de listar valores extranjeros.	No se ha recibido dictamen favorable	
Reforma a la ley de Zonas Francas	Reforma algunos artículos de la ley actual	Recibió dictamen favorable desde el 26 de noviembre de 2008, sin embargo no se ha discutido en el pleno, ni se ha promovido	Se debe analizar su conformidad con OMC, porque contiene las mismas exenciones de impuestos, básicamente.
Reforma a la ley de Fomento y Desarrollo a la Actividad Exportadora y de Maquila	Reforma algunos artículos de la ley actual	Recibió dictamen favorable el 20 de noviembre de 2008, sin embargo no se ha discutido en el pleno ni se ha promovido	No es una iniciativa de reforma integral del sistema, sino que se adicionan y modifican artículos, cuando lo esencial es reformar todo el sistema para crear una alternativa que sea conforme a OMC
La Ley de Estabilidad Jurídica para Inversión y el Trabajo,	Su objeto es definir las normas para establecer los contratos de estabilidad jurídica,	Recibió Dictamen Favorable de la Comisión de Economía y Comercio Exterior. A partir de este momento, se debe iniciar el proceso de inclusión en la Agenda del Pleno del Congreso para su discusión y aprobación.	
Iniciativa que reforma la Ley de Bancos y Grupos Financieros y la Ley Orgánica del Banco de Guatemala	En una mesa multisectorial público-privada, con el apoyo técnico de la Superintendencia de Bancos y el Banco de Guatemala, se procedió a revisar artículo por artículo de la Iniciativa de Ley que modifica las leyes relacionadas.	Recibió Dictamen Favorable de la Comisión de Economía y Comercio Exterior. A partir de este momento, se debe iniciar el proceso de inclusión en la Agenda del Pleno del Congreso para su discusión y aprobación.	

d. Iniciativas de Ley Relevantes			
Proyecto	Tema relacionado	Estado Actual	Observaciones
Iniciativa de Ley de Extinción de Dominio	Busca dar al Estado herramientas para extinguir el dominio o la privación definitiva de bienes adquiridos ilícita o criminalmente. La Acción de Extinción de Dominio NO se dirige contra las personas para sancionarlas penalmente ni para reclamar responsabilidades civiles por el delito, pues ello pertenece al ámbito del Derecho Penal. Esta acción se dirige exclusivamente contra la forma -ilícita o delictiva- de apropiación, disposición o de tráfico de bienes que provienen de actividades ilícitas o delictivas, o contra las ganancias derivadas de éstos que constituyen un enriquecimiento indebido que ningún Estado democrático puede permitir.	Recibió Dictamen Favorable de la Comisión de Economía y Comercio Exterior. A partir de este momento, se debe iniciar el proceso de inclusión en la Agenda del Pleno del Congreso para su discusión y aprobación.	
Ley de la industria cinematográfica y audiovisuales	Busca crear un Instituto nacional del Audiovisual y promover esta industria	En estudio de la comisión de Economía del Congreso	No da incentivos ni exenciones fiscales para promover esta actividad, sino que crea un instituto con fondos del presupuesto nacional.
Fuente: http://www.comision-economia.info/?cat=7 al día 19 de mayo de 2010			

Biblioteca Central
USAC



4781257857



FOGUAMI

FORTALECIMIENTO DE LA POSICIÓN DE GUATEMALA
EN LOS MERCADOS INTERNACIONALES

www.foguami.gob.gt